



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica Superior
d'Enginyeria Agronòmica i del Medi Natural

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica
y del Medio Natural

Las aplicaciones de comida a domicilio y la Influencia en el
comportamiento del consumidor sobre el consumo de
comida rápida

Trabajo Fin de Grado

Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos

AUTOR/A: Amores Salvador, Santiago

Tutor/a: Ramón Fernández, Francisca

Cotutor/a: Soriano Soto, M^a Desamparados

CURSO ACADÉMICO: 2022/2023



Escola Tècnica Superior
d'Enginyeria Agronòmica
i del Medi Natural

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA TÈCNICA SUPERIOR D'ENGINYERIA AGRONÒMICA I DEL
MEDI NATURAL

**“Las aplicaciones de comida a domicilio y la influencia
en el comportamiento del consumidor sobre el
consumo de comida rápida”**

Ciencia y Tecnología de los Alimentos
Trabajo final de grado

ALUMNO: SANTIAGO AMORES SALVADOR

TUTORA: DRA FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ

CURSO ACADÉMICO: 2022 – 2023

Valencia, septiembre 2023

INFLUENCIA EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR SOBRE EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA A TRAVÉS DE LAS APLICACIONES DE COMIDA A DOMICILIO

RESUMEN:

En la actualidad es habitual el empleo de aplicaciones de comida a domicilio. Su uso se ha visto influenciado por muchos factores, pero no siempre hacemos buen uso de ellas. Los consumidores acostumbran a pedir en mayor medida platos de comida rápida poco saludables a pesar de contar en la carta con una gran selección de comida saludable. El objetivo de este proyecto es analizar los factores que afectan a los hábitos de los consumidores a la hora de encargar comida rápida y el porqué del aumento de su consumo. Se llevará a cabo un estudio mediante el cual se analizarán las diferentes aplicaciones que más se usan en la actualidad y como estas plataformas impulsan el consumo de comida rápida y las repercusiones que tienen en los consumidores vulnerables, además, se pasarán encuestas para conocer la opinión de los consumidores al respecto y el uso que hacen de estas aplicaciones, además de investigar los motivos que los llevan a consumir cada vez más a este tipo de comida. Se estudiarán también posibles soluciones para incentivar el consumo de comida saludable a través de estas aplicaciones.

PALABRAS CLAVE: APP, comida rápida, consumidor vulnerable, hábitos, consumo, comida saludable.

AUTOR: SANTIAGO AMORES SALVADOR

LOCALIDAD Y FECHA: Valencia, 2023

TUTORA: DRA FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ

INFLUÈNCIA EN EL COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR SOBRE EL CONSUM DE MENJAR RÀPID A TRAVÉS DE LES APLICACIONS DE MENJAR A DOMICILI

RESUM:

En l'actualitat és habitual l'ús d'aplicacions de menjar a domicili. El seu ús s'ha vist influenciat per molts factors, però no sempre fem bon ús d'elles. Els consumidors acostumen a demanar en major mesura plats de menjar ràpid poc saludables malgrat comptar en la carta amb una gran selecció de menjar saludable. L'objectiu d'aquest projecte és analitzar els factors que afecten els hàbits dels consumidors a l'hora d'encarregar menjar ràpid i el perquè de l'augment del seu consum. Es durà a terme un estudi mitjançant el qual s'analitzaran les diferents aplicacions que més s'usen en l'actualitat i com aquestes plataformes impulsen el consum de menjar ràpid i les repercussions que tenen en els consumidors vulnerables, a més, es passaran enquestes per a conèixer l'opinió dels consumidors sobre aquest tema i l'ús que fan d'aquestes aplicacions, a més d'investigar els motius que els porten a consumir cada vegada més a aquesta mena de menjar. S'estudiaran també possibles solucions per a incentivar el consum de menjar saludable a través d'aquestes aplicacions.

PARAULES CLAU: APP, menjar ràpid, consumidor vulnerable, hàbits, consum, menjar saludable.

AUTOR: SANTIAGO AMORES SALVADOR

LOCALITAT I DATA: València, 2023

TUTORA: DRA FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ

INFLUENCE OF FOOD DELIVERY APPS ON PEOPLE'S BEHAVIOR REGARDING FAST-FOOD CONSUMPTION

ABSTRACT:

At present, the use of food delivery applications is common. Their use has been influenced by many factors, but we do not always make good use of them. Consumers tend to order unhealthier fast-food dishes despite having a large selection of healthy food on the menu. The objective of this project is to analyze the factors that affect consumer habits when ordering fast food and the reason for its increased consumption. A study will be carried out through which the different applications that are most used today will be analyzed and how these platforms promote the consumption of fast food and the repercussions they have on vulnerable consumers, in addition, surveys will be passed to know the opinion of consumers in this regard and the use they make of these applications, in addition to investigating the reasons that lead them to consume more and more of this type of food. Possible solutions will also be studied to encourage the consumption of healthy food through these applications.

KEY WORDS: APP, fast-food, vulnerable consumer, habits, consumption, healthy food.

AUTHOR: SANTIAGO AMORES SALVADOR

LOCALITY AND DATA: Valencia, 2023

TUTORA: DRA FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer profundamente a mi tutora Francisca, cuya paciencia, sabiduría y asesoramiento fueron esenciales en cada etapa de este proyecto.

También quiero dar las gracias a mi familia y amigos quienes siempre me han estado apoyando desde el minuto uno, su apoyo incondicional y su aliento constante a lo largo de este viaje académico me motivaron a superar obstáculos y alcanzar mis metas.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	9
1.1 Justificación e interés del estudio	9
1.2 Importancia del tema.....	11
2. OBJETIVOS	12
2.1 Objetivo principal.....	12
2.2 Objetivos específicos	12
3. MATERIALES Y MÉTODOS	13
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	13
4.1 Marco legislativo.....	13
4.1.1 Marco legislativo de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.....	13
4.1.2 Definición de consumidor y consumidor vulnerable	14
4.2 Marco conceptual	14
4.2.1 Definición de aplicación y aplicación de reparto a domicilio.....	14
4.2.2 Dieta saludable y comida rápida.....	15
4.3 Ventajas y desventajas del uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio	16
4.4 ODS 2030.....	18
4.5 Influencia social y económica de la población	19
4.5.1 Costo y presupuesto	19
4.5.2 Rapidez y conveniencia	19
4.5.3 Familiaridad y gusto	19
4.5.4 Percepción de calidad y valor nutricional	20
4.5.5 Influencia publicitaria.....	20
4.5.6 Factores sociales y culturales.....	21
4.5.7 Acceso y disponibilidad:.....	21
4.5.8 Efecto psicológico y de gratificación instantánea:.....	21
4.6 Análisis y funcionamiento de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.....	22
4.6.1 JUST EAT	22
4.5.2 DELIVEROO.....	23
4.5.3 GLOVO.....	25
4.5.4 UBER EATS.....	27
4.7 ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS APLICACIONES DE COMIDA A DOMICILIO Y SU INFLUENCIA EN EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA	29

4.6.1 Realización de la encuesta	29
4.6.2 Análisis de los resultados	30
5. CONCLUSIONES	38
6. BIBLIOGRAFÍA.....	39
7. REFERENCIAS LEGISLATIVAS	41
ANEXO I: ENCUESTA.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Vídeo musical “Alguien ha dicho Just Eat” de la colaboración de Katy Perry con Just Eat. ...	20
Figura 2: Icono de la aplicación de Just Eat	22
Figura 3: Pantalla inicial de la aplicación Just Eat.	23
Figura 4: Icono de la aplicación de Deliveroo	24
Figura 5: Pantalla inicial de la aplicación Deliveroo.....	25
Figura 6: Icono de la aplicación de Glovo.	25
Figura 7: Pantalla inicial de la aplicación Glovo.....	27
Figura 8: Icono de la aplicación de Uber Eats.....	27
Figura 9: Pantalla inicial de la aplicación Uber Eats.....	29
Figura 10: gráfica del género de los participantes de la encuesta.	31
Figura 11: gráfica de la ocupación de los participantes en la encuesta.	31
Figura 12: gráfica del rango de edades de los participantes en la encuesta.	32
Figura 13: gráfica de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio conocidas por los participantes en la encuesta.	32
Figura 14: gráfica de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio utilizadas por los participantes en la encuesta.	33
Figura 15: gráfica de los factores que influyen a la hora de utilizar aplicaciones de reparto de comida a domicilio.....	33
Figura 16: gráfica del entorno en el que se utilizan aplicaciones de reparto de comida a domicilio. .	34
Figura 17: gráfica del tipo de comida encargada mediante las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.....	34
Figura 18: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio antes de la COVID-19.	35
Figura 19: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio durante la COVID-19.	36
Figura 20: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio tras la COVID-19.....	36
Figura 21: opinión de los encuestados acerca de si se ofrecen suficientes alternativas saludables en las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.	37
Figura 22: opinión de los encuestados acerca de si sus hábitos alimentarios se vieron afectados con el uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.....	38

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación e interés del estudio

El fenómeno de la globalización ha dado lugar a un gran avance en cuanto la comunicación. Junto a los grandes avances en la tecnología, hemos sido capaces de evolucionar y encontrar maneras diversas de comunicarnos con personas de cualquier parte del mundo, lo que ha revolucionado muchos aspectos de nuestro día a día.

Muchos sectores han sabido aprovechar estos avances y encontrar diferentes formas de introducirlos en sus bienes y servicios, entre ellos el sector de la alimentación. Es muy común en cualquier local encontrar un cartel que indique que se pueden encargarse sus platos a través de diferentes aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Estas aplicaciones desempeñan un papel esencial en el sector alimentario debido a su profundo impacto en múltiples aspectos:

- 1. Ampliación de ingresos y beneficios para los locales y restaurantes:** Estas aplicaciones han revolucionado la manera en que los restaurantes interactúan con sus clientes, permitiéndoles aumentar su número de consumidores y, de esta forma, sus ingresos y beneficios. Al poner los menús al alcance de un público más amplio, los restaurantes tienen la capacidad de generar ventas adicionales que de otro modo podrían haberse perdido. Esta expansión en la clientela se traduce en un flujo constante de pedidos, lo que contribuye al fortalecimiento financiero de los establecimientos. En la actualidad, el sector de entrega de comida a domicilio en España experimenta un continuo y significativo crecimiento. Según González Morón (2021) en el año 2019 este sector contribuyó con 2.418 millones de euros a la economía española. De esta cifra, 740 millones de euros correspondieron a pedidos realizados en línea a través de páginas web y aplicaciones móviles, lo que representa el 31% del total de pedidos, tanto telefónicos como en línea. Una de las empresas líderes en el servicio de entrega de comida a domicilio en España, Just Eat, logró un significativo aumento en sus ingresos, alcanzando la cifra de 54,7 millones de euros, representando un crecimiento del 24% con respecto al año anterior, impulsado por un notable aumento en su actividad comercial (Just Eat, 2020).
- 2. Mejora en la experiencia del consumidor:** La comodidad y la accesibilidad son cualidades altamente valoradas por los consumidores en la actualidad. Las aplicaciones de entrega a domicilio satisfacen estas demandas al ofrecer una variedad culinaria amplia y un servicio rápido, seguro y eficiente. Los usuarios pueden explorar diversas opciones gastronómicas y realizar pedidos sin la necesidad de desplazarse. Esto no solo ahorra tiempo, sino que también brinda a los consumidores una experiencia más cómoda y sin complicaciones. Usando estas aplicaciones, los clientes pueden acceder y realizar pedidos de comida de una amplia variedad de restaurantes de manera más sencilla y eficiente, en momentos y lugares que les resulten convenientes. Además, estas aplicaciones les brindan a los clientes información más completa, actualizada y precisa sobre los restaurantes y las opciones de menú disponibles (Alalwan, 2020).
- 3. Impacto en el desarrollo económico y social:** Estas aplicaciones desempeñan un papel activo en el crecimiento económico y social de las comunidades. A través de la generación

de empleo, la innovación y la competencia en el mercado alimentario, contribuyen a fomentar un entorno propicio para el progreso. Los repartidores, que son parte integral de la cadena de entrega, encuentran oportunidades laborales flexibles y las empresas emergentes en el sector tecnológico impulsan la innovación en la industria de alimentos y bebidas. En el artículo de Blanca Juárez (2023) se indica que los negocios que empezaron a utilizar repartidores de plataformas digitales durante la pandemia de COVID-19 experimentaron un aumento en sus ingresos. Como resultado, muchos de ellos contrataron más personal y expandieron sus operaciones. El servicio de entrega a domicilio, facilitado por medio de aplicaciones, ha generado ganancias significativas para estas plataformas digitales y ha proporcionado empleo e ingresos a miles de personas. Además, ha contribuido al crecimiento de pequeñas y medianas empresas, promoviendo la creación de más puestos de trabajo.

En conclusión, las aplicaciones de reparto a domicilio han transformado radicalmente el sector de la alimentación, impactando positivamente en los restaurantes, los consumidores y el panorama económico y social en general. El uso de este tipo de aplicaciones se ha ido generalizando hasta el punto de que hoy en día prácticamente todo el mundo ha oído hablar de ellas y las utiliza o ha utilizado en algún momento.

Esto supone una gran ventaja dado que el ritmo de vida acelerado que en general lleva la población dificulta el poder centrarse en la alimentación y la elaboración de una dieta equilibrada, pero viendo el uso que le damos a estas, encargando comida poco saludable a grandes establecimientos de comida rápida, se plantea la cuestión de por qué no se aprovecha el hecho de tener al alcance de la mano la posibilidad de pedir a sitios de comida sana y que nos permitan llevar una dieta equilibrada.

Según el estudio del Instituto Nacional de Estadística (2021), en España en el año 2021, el 25,68% de la población de entre 15 a 24 años consumió 1 o 2 veces por semana comida rápida y el 36,81% menos de 1 vez por semana. También se puede destacar la población de 25 a 64 años que consumió 1 o 2 veces por semana comida rápida un 29,41% y menos de 1 vez por semana un 39,91%.

La gran accesibilidad a este tipo de comida por parte de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio junto a la situación reciente vivida ocasionada por el confinamiento vivido como consecuencia de la pandemia de la COVID-19 son dos fenómenos que pueden haber propiciado el aumento del consumo de comida rápida por parte de la población española. En este contexto, las plataformas digitales de entrega a domicilio continuaron su actividad sin interrupciones. Estos servicios de entrega a domicilio se convirtieron en una herramienta crucial para establecimientos y hogares, ya que ayudaron a en la distribución de productos alimentarios y otros bienes durante las medidas de confinamiento, protección y distanciamiento social impuestas. Esta opción de entrega a domicilio permitió a los grupos de riesgo como las personas de edad avanzada, aquellas con movilidad reducida, las que eran especialmente vulnerables a la COVID-19 y las familias con niños mantener las medidas impuestas durante el confinamiento reduciendo así los riesgos de exposición a la COVID-19. La actividad de las plataformas de entrega a domicilio se destacó como fundamental en el contexto de confinamiento y medidas de distanciamiento social relacionadas con la COVID-19, tanto en España como en otros países cercanos (Adigital, 2020).

Conforme a los estudios llevados a cabo por Sidor y Rzymiski (2020), la cuarentena impuesta a raíz de la pandemia puede categorizarse como un evento generador de estrés y, en términos generales, se reconoce que tales sucesos tienen un impacto en los hábitos alimentarios. La reacción ante el estrés ya sea agudo o crónico, podría llevar a un aumento o disminución del apetito, así como a episodios de comer en exceso, lo que en última instancia resultaría en cambios notorios de peso corporal. En líneas generales, un 43,5 % de los individuos participantes en la investigación de Sidor y Rzymiski reportaron un incremento en la ingesta de alimentos durante el período de cuarentena, lo que claramente subraya que el período de confinamiento puede conllevar un riesgo dietético de importancia.

También, un estudio encontró que los hábitos alimentarios durante el confinamiento por COVID-19 se vieron afectados, con cambios en la elección de alimentos y la frecuencia de ingestas (Muñoz *et al.*, 2022). Aquellos con una alimentación saludable previa lograron mantenerla, mientras que aquellos con una alimentación menos saludable empeoraron su dieta durante el confinamiento. Se observó una mayor tendencia al almacenamiento de alimentos entre aquellos que conservaron su rutina laboral adaptada al teletrabajo, mientras que aquellos que interrumpieron su rutina laboral mostraron una mayor sensación de aburrimiento y un mayor consumo de alimentos calóricos. El estrés durante el confinamiento llevó a un mayor consumo de alimentos ricos en azúcar, lo cual puede aumentar el riesgo de obesidad y enfermedades cardiovasculares.

1.2 Importancia del tema

Es importante concienciar a la población de los avances que nos proporciona la tecnología y el uso responsable que hay que hacer de estas. Muchos de estos avances se acoplan de manera rápida y de forma que no nos damos cuenta. Nos facilitan nuestro día a día, pero no siempre logramos darle el uso adecuado que se debería.

La importancia de una dieta saludable es innegable, ya que juega un papel fundamental en el bienestar general y la calidad de vida de una persona. Una alimentación equilibrada y nutritiva no solo proporciona los nutrientes esenciales que el cuerpo necesita para funcionar correctamente, sino que también tiene efectos significativos en la prevención de enfermedades y en el mantenimiento de un peso corporal adecuado.

Una dieta saludable está compuesta por una variedad de alimentos que brindan vitaminas, minerales y antioxidantes necesarios para fortalecer el sistema inmunológico y proteger el cuerpo contra enfermedades crónicas como la diabetes, enfermedades cardíacas y ciertos tipos de cáncer. Según la Sociedad Española de Oncología Médica (2022) se estima que, a nivel global, la obesidad está directamente vinculada a aproximadamente 110,000 casos de cáncer de mama postmenopáusico y endometrio, 85,000 casos de cáncer de colon, 65,000 casos de cáncer de riñón, entre otros. Se calcula que, si el índice de masa corporal promedio de la población mundial no hubiera aumentado en los últimos 30 años, se habrían evitado más de 160,000 casos de cáncer en el año 2012 a nivel mundial.

Una dieta saludable también es esencial para mantener un peso corporal saludable. Al elegir alimentos frescos, naturales y balanceados, se evita el exceso de calorías y se promueve la sensación

de saciedad, lo que puede prevenir la obesidad y sus riesgos asociados. Si nos centramos exclusivamente en la tasa de obesidad infantil en España, un estudio realizado por el Ministerio de Sanidad (2020) indica que los mayores casos de obesidad se dan a los 10 años en niños. Además, de acuerdo con la información proporcionada por la Asociación Española de Pediatría (Moreno *et al.*, 2023), el índice de sobrepeso en niños alcanza el 21,8%, mientras que el de obesidad se sitúa en el 11,2%.

En resumen, una dieta saludable es esencial para promover la salud física y mental, prevenir enfermedades y mantener un estilo de vida activo y vigoroso. Adoptar hábitos alimenticios saludables no solo beneficia al individuo, sino que también tiene un impacto positivo en la sociedad en general al reducir la carga de enfermedades relacionadas con la alimentación y promover una vida más larga y saludable.

Las aplicaciones de reparto de comida a domicilio podrían suponer un excelente servicio para llegar a conocer diferentes comercios con una gran variedad de menús saludables y equilibrados, pero en su lugar, el mayor uso que se le dan a estas aplicaciones es para encargar a locales de marcas a comida rápida poco saludable.

Es importante remarcar este hecho para poder incentivar a la población a dedicarle más tiempo a su dieta, a consumir comida saludable y a utilizar estas nuevas herramientas de una forma adecuada y que nos permita cuidar la alimentación.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo principal

Como objetivo principal se encontrará el estudiar la relación directa que existe entre el uso de las aplicaciones de comida a domicilio y el consumo de comida rápida. También se estudiarán los diferentes factores que lo fomentan y de qué manera se puede fomentar a partir del uso de estas plataformas el consumo de comida saludable.

2.2 Objetivos específicos

En primer lugar, definir una serie de términos que nos serán de relevancia. Conocer qué es una aplicación de comida a domicilio, su funcionamiento e impacto. También hablar del consumidor, el consumidor vulnerable y los hábitos alimenticios.

Nos será de importancia conocer la opinión de los consumidores y su punto de vista. Es por ello que se elaborarán y pasarán unas encuestas mediante las cuales se pretenderá conocer los hábitos alimenticios de la gente y el uso que les dan a las aplicaciones de comida a domicilio.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo este trabajo de fin de grado se procederá a analizar diferentes aplicaciones que ofrecen como servicio el reparto de comida a domicilio más utilizadas por los usuarios. Se descargarán y veremos su funcionamiento, así como sus plataformas de inicio y como se presentan en la aplicación tanto los locales que ofrecen comida rápida como los locales que ofrecen alternativas saludables.

La búsqueda a nivel legislativo se ha llevado a cabo en entidades gubernamentales como el Boletín Oficial del Estado, el Ministerio de Sanidad del Gobierno de España y la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. La obtención de información de carácter social, histórico o científico se ha efectuado mediante plataformas como Scielo, Riunet, Dialnet, ScieceDirect y Google Académico utilizando términos clave como aplicaciones de reparto de comida a domicilio, comida rápida, consumidor vulnerable, hábitos, consumo, comida saludable y dieta para realizar las búsquedas correspondientes.

Este trabajo se ha elaborado utilizando fuentes de información científicamente respaldadas, lo que garantiza la veracidad y objetividad de todos los datos contenidos en él. Se han consultado un total de 26 artículos, entre los cuales encontramos bases de datos, recopilaciones de estudios con un enfoque parecido o relacionado al nuestro, blogs y revistas especializadas.

Se estudiarán las ventajas y desventajas que estas aplicaciones ofrecen a la hora de elaborar nuestra dieta y se analizarán las más conocidas por parte de los usuarios (las que cuentan con mayores números de descargas en Google Play y en la App Store).

Tras su análisis, se procederá a la realización de una encuesta que se pasará a diferentes usuarios para conocer cuántos conocen y emplean estos servicios a través de estas aplicaciones y cuántos hacen usos de estas y optan por las alternativas saludables que se ofrecen en estas plataformas (en el caso de que las aplicaciones las ofrezcan). La encuesta se llevó a cabo mediante Google Forms y se distribuyó por redes sociales (Instagram, Twitter y WhatsApp) compartiendo el link de la encuesta.

Por último, se analizarán los resultados obtenidos a partir de las encuestas proporcionadas a los usuarios y se estudiarán posibles formas de conseguir proporcionar alternativas saludables a más usuarios y que las consideren a la hora de encargar comida a través de estas aplicaciones.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Marco legislativo

4.1.1 Marco legislativo de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio

En lo referente a la legislación relacionada con las aplicaciones que trabajan ofreciendo como servicio el reparto de comida a domicilio, en la página web oficial de la Comunidad de Madrid (2023) se establece que no existe ninguna ley que proteja a los consumidores frente a estas. En el caso que el consumidor encargue comida a locales donde la comida se prepare en el instante que la pedimos deberemos recurrir a la norma general sobre restaurantes, o a la legislación sobre protección de los

consumidores establecida en el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, mientras que para el caso de aquellas casas de comidas dónde el servicio que se ofrece son platos preparados deberemos atender al Real Decreto 3484/2000, de 29 de diciembre, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.

Las empresas que se dedican principalmente a la preparación y elaboración de productos cocinados destinados al reparto a domicilio quedan reguladas a partir de la resolución de 19 de julio de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo de elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio. Este Convenio regula las relaciones laborales en empresas dedicadas principalmente a preparar y entregar productos cocinados a domicilio, que pueden incluir otros artículos de consumo, como videos o libros. Se considera "a domicilio" cualquier venta o pedido realizado mediante el sistema "para llevar". Además, estas empresas pueden vender productos preparados en sus locales comerciales. El Convenio también se aplica a las empresas franquiciadas que realizan estas actividades y a las empresas afiliadas a la Asociación Española de Comidas Preparadas para su Venta a Domicilio (PRODELIVERY), que no tengan otro convenio aplicable.

4.1.2 Definición de consumidor y consumidor vulnerable

El término “consumidor y usuario”, tal como lo define la legislación, se refiere a una persona física o entidad legal que participa en actividades fuera de un contexto empresarial o profesional. Esto significa que está involucrada en transacciones de consumo con objetivos privados, adquiriendo bienes y servicios como destinatario final, sin incluirlos, ya sea de manera directa o indirecta, en actividades de producción, comercialización o provisión a terceros.

Además, en el contexto de esta legislación (*Ley 4/2022, De 25 De Febrero, De Protección De Los Consumidores Y Usuarios Frente a Situaciones De Vulnerabilidad Social Y Económica*) se considera como 'personas consumidoras vulnerables' en relación a circunstancias particulares de consumo, a aquellas personas físicas que, ya sea de manera individual o colectiva, debido a sus características, necesidades o condiciones personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran en una situación especial de debilidad, indefensión o desprotección, que les impide ejercer sus derechos como consumidores en un plano de igualdad, incluso si esta situación es limitada en términos geográficos, sectoriales o temporales.

4.2 Marco conceptual

4.2.1 Definición de aplicación y aplicación de reparto a domicilio

Una aplicación según la definición oficial de la Real Academia Española de la lengua consiste en un “programa preparado para una utilización específica, como el pago de nóminas, el tratamiento de textos, etc.” (RAE, s.f., definición 1). Son conocidas también por la abreviación del inglés APP, proveniente de la palabra “application”, y son instaladas en nuestros dispositivos inteligentes

(habitualmente dispositivos móviles). Con el tiempo han ido evolucionando y se han ido perfeccionando para ofrecernos una gran multitud de aplicaciones con las que podemos realizar un sinfín de actividades, entre las cuales, encargar comida a domicilio.

Una aplicación de entrega a domicilio actúa como enlace entre una empresa o restaurante y sus clientes que desean recibir servicios sin salir de su hogar. Es un programa informático que habilita a los usuarios para solicitar alimentos o productos usando sus dispositivos móviles, y posteriormente recibirlos en su residencia u oficina en un corto lapso de tiempo y reduciendo al máximo la interacción entre los trabajadores del establecimiento y los compradores (Okumus et al., 2014).

4.2.2 Dieta saludable y comida rápida

El Comité Científico de AESAN define una dieta saludable como un patrón de alimentación que incluye una variedad de alimentos en cantidades adecuadas para satisfacer las necesidades nutricionales de cada individuo, y que se asocia con un menor riesgo de enfermedades crónicas como la obesidad, la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer. Enfatiza en la importancia de considerar el conjunto de la dieta, en lugar de centrarse en alimentos o nutrientes específicos. Una dieta saludable debe incluir una variedad de alimentos de todos los grupos alimentarios, como frutas, verduras, cereales integrales, legumbres, frutos secos, lácteos, carnes magras, pescado y aceites vegetales. Además, se recomienda limitar el consumo de alimentos procesados, ricos en grasas saturadas, azúcares añadidos y sal.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) subraya que una alimentación saludable desempeña un papel fundamental en la protección contra la malnutrición en todas sus manifestaciones, así como en la prevención de enfermedades no transmisibles, como la diabetes, enfermedades cardíacas, accidentes cerebrovasculares y cáncer.

A nivel global, las dietas poco saludables y la falta de actividad física figuran entre los principales factores de riesgo para la salud. Establecer hábitos alimentarios saludables desde los primeros años de vida es crucial; la lactancia materna promueve un crecimiento óptimo y contribuye al desarrollo cognitivo, con beneficios a largo plazo que incluyen la reducción del riesgo de sobrepeso, obesidad y enfermedades no transmisibles en etapas posteriores.

Es esencial mantener un equilibrio entre la ingesta calórica y el gasto energético. Para evitar un aumento de peso no saludable, se recomienda que las grasas no representen más del 30% de las calorías totales consumidas. Limitar la ingesta de azúcares añadidos a menos del 10% de la ingesta calórica total es un componente esencial de una dieta saludable, y se sugiere reducir aún más su consumo al 5% para obtener mayores beneficios.

Controlar la ingesta diaria de sal por debajo de 5 gramos (equivalente a menos de 2 gramos de sodio) ayuda a prevenir la hipertensión y disminuye el riesgo de enfermedades cardíacas y accidentes cerebrovasculares en adultos.

En resumen, La comida saludable incluye una variedad de opciones, como frutas, verduras, proteínas magras, granos enteros y productos lácteos bajos en grasa, y se asocia con beneficios para la salud a

largo plazo, como mantener un peso saludable, reducir el riesgo de enfermedades crónicas y promover una energía y vitalidad óptimas.

4.3 Ventajas y desventajas del uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio

La creciente interacción entre la tecnología y la vida cotidiana ha dado lugar a una transformación significativa en la forma en que accedemos a los servicios y satisfacemos nuestras necesidades. En este contexto, las aplicaciones de reparto de comida a domicilio han emergido como una innovación revolucionaria que ha redefinido la experiencia gastronómica de los usuarios. Estas aplicaciones, que operan como puentes entre los restaurantes y los consumidores, ofrecen una serie de ventajas únicas que van más allá de la simple entrega de alimentos:

- 1. Comodidad y conveniencia:** Los usuarios pueden disfrutar de la comodidad de pedir comida desde la comodidad de su hogar u oficina, eliminando la necesidad de desplazarse a los restaurantes o supermercados.
- 2. Variedad de opciones:** Las aplicaciones de reparto de comida ofrecen una amplia gama de opciones gastronómicas, lo que permite a los usuarios elegir entre diferentes tipos de cocina, restaurantes y estilos de comida.
- 3. Horarios flexibles:** Los usuarios pueden realizar pedidos en cualquier momento, lo que resulta especialmente útil para aquellos con horarios ocupados o que desean comer fuera de los horarios tradicionales de los restaurantes.
- 4. Seguimiento en tiempo real:** Las aplicaciones suelen proporcionar seguimiento en tiempo real del estado del pedido, lo que permite a los usuarios conocer el progreso de la preparación y entrega de su comida.
- 5. Personalización de pedidos:** Los usuarios pueden personalizar sus pedidos según sus preferencias dietéticas o gustos personales, lo que brinda una experiencia más individualizada.
- 6. Ahorro de tiempo:** Al eliminar la necesidad de cocinar o desplazarse a los establecimientos, los usuarios ahorran tiempo valioso que pueden dedicar a otras actividades.
- 7. Entrega a domicilio:** La entrega directa en el domicilio u oficina del usuario ahorra tiempo y esfuerzo, especialmente en situaciones climáticas adversas o cuando no se dispone de tiempo para desplazarse.
- 8. Promociones y descuentos:** Muchas aplicaciones ofrecen promociones, descuentos y códigos de cupones que permiten a los usuarios ahorrar dinero en sus pedidos.
- 9. Pago en línea seguro:** Las aplicaciones de reparto suelen ofrecer opciones de pago en línea seguras, lo que elimina la necesidad de manejar efectivo o tarjetas físicas.
- 10. Experiencia sin contacto:** En situaciones donde la salud y la seguridad son una preocupación, las entregas sin contacto físico proporcionan una opción segura para recibir comida.
- 11. Exploración de nuevas opciones:** Las aplicaciones permiten a los usuarios explorar restaurantes y tipos de cocina que pueden no haber probado antes, ampliando su paladar y experiencia gastronómica.
- 12. Acceso a restaurantes locales:** Las aplicaciones pueden dar visibilidad a restaurantes locales más pequeños, lo que contribuye a apoyar la economía local.

13. **Retroalimentación y reseñas:** Los usuarios pueden dejar comentarios y reseñas sobre su experiencia de entrega y calidad de la comida, lo que ayuda a otros usuarios a tomar decisiones informadas.
14. **Opciones especiales:** Algunas aplicaciones ofrecen funciones como pedidos programados, menús para dietas específicas y opciones para grupos grandes.
15. **Eventos sociales:** Las aplicaciones pueden ser útiles para organizar eventos sociales o comidas grupales al permitir que los usuarios realicen pedidos y compartan la experiencia con amigos y familiares. Permite ahorrar tiempo en cocina o desplazándose al local, lo que se traduce en más tiempo socializando con tu entorno.

Sin embargo, detrás de la comodidad y la accesibilidad que ofrecen estas aplicaciones, también se ocultan una serie de desventajas que merecen una consideración reflexiva por parte de los usuarios. A medida que exploramos las diversas facetas de la experiencia de entrega de alimentos a través de estas aplicaciones, se revelan desafíos que van desde posibles impactos económicos hasta preocupaciones sobre la calidad y la salud de los alimentos:

1. **Costo adicional:** Algunas aplicaciones pueden cobrar tarifas de entrega, impuestos o cargos por servicio, lo que puede aumentar el costo total del pedido.
2. **Posible demora en la entrega:** En momentos de alta demanda o en áreas congestionadas, puede haber demoras en la entrega, lo que podría resultar en una espera más larga de lo que el cliente espera.
3. **Errores en los pedidos:** Existe la posibilidad de que los pedidos se entreguen incorrectos o que falten elementos, lo que puede ser frustrante para los usuarios dado que se dificulta la comunicación con el local y en caso de tener que cambiar el pedido el tiempo de espera es largo.
4. **Calidad de la comida:** En algunos casos, la calidad de la comida entregada puede no ser igual a la que se obtendría en el restaurante, especialmente si los alimentos no se mantienen adecuadamente durante el transporte.
5. **Dependencia tecnológica:** Las aplicaciones requieren dispositivos móviles y conexiones a internet, lo que puede excluir a personas que no tienen acceso a estas tecnologías o que no son capaces de utilizarla adecuadamente.
6. **Falta de interacción social:** Al pedir comida a través de una aplicación se limita la experiencia social de salir a comer fuera en un restaurante. La interacción humana se reduce al mínimo, ya que la transacción se reduce a una serie de clics en una aplicación y la espera de la entrega. La ausencia de camareros, otros comensales y el ambiente propio de un restaurante tradicional puede llevar a un sentimiento de aislamiento y falta de conexión.
7. **Impacto ambiental:** Las entregas a domicilio pueden generar más envases desechables y emisiones de carbono debido a los viajes de entrega, lo que contribuye de manera negativa al impacto ambiental.
8. **Restricciones geográficas:** Algunas aplicaciones pueden tener una cobertura limitada en ciertas áreas, lo que restringe la disponibilidad para usuarios que viven en ubicaciones remotas.
9. **Disponibilidad limitada de menús:** Algunos restaurantes pueden ofrecer un menú limitado para pedidos a través de la aplicación, lo que podría limitar las opciones de los usuarios.

- 10. Problemas de seguridad:** Existe un riesgo potencial de seguridad al proporcionar información personal y financiera en línea.
- 11. Falta de control sobre la preparación de alimentos:** Los usuarios no pueden supervisar directamente la preparación de sus alimentos, lo que podría aumentar las preocupaciones sobre la higiene y la calidad.
- 12. Interacción limitada con el personal del restaurante:** Al no visitar físicamente el restaurante, los usuarios pueden perder la oportunidad de interactuar con el personal y obtener recomendaciones.
- 13. Falta de flexibilidad en los cambios de pedido:** Puede ser más difícil realizar cambios o modificaciones en el pedido después de haberlo realizado en comparación con hacerlo directamente en el restaurante.
- 14. Posible falta de control sobre las entregas:** Los usuarios pueden tener menos control sobre el tiempo de entrega exacto y la forma en que se manejan los alimentos durante el transporte.
- 15. Posible saturación de la aplicación en momentos de alta demanda:** Durante horas pico, es posible que la aplicación esté saturada y los usuarios tengan dificultades para realizar pedidos o acceder a la plataforma.

4.4 ODS 2030

Existe una medida globalmente aceptada a la que la mayoría de los gobiernos se han unido, conocida como la Agenda 2030 o los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Esta agenda agrupa 17 objetivos con el propósito de forjar un futuro más sostenible a nivel mundial. Es imperativo abordar cómo esta agenda impacta en la industria agroalimentaria, que guarda una estrecha relación con estos objetivos.

De acuerdo con la información proporcionada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el uso de aplicaciones de entrega de alimentos a domicilio se vincula de manera estrecha con dos de los ODS establecidos para el año 2030:

- **Hambre cero (Objetivo 2):** Estas aplicaciones pueden contribuir a la erradicación del hambre al facilitar el acceso a alimentos y opciones de comida, especialmente en áreas donde la disponibilidad de alimentos es limitada. Proporcionan una solución conveniente para satisfacer las necesidades alimenticias de las personas y reducir la inseguridad alimentaria.
- **Producción y consumo responsables (Objetivo 12):** El uso de estas aplicaciones puede promover un consumo más responsable al ofrecer información detallada sobre las opciones de comida, incluidos los ingredientes, el valor nutricional y las prácticas de producción de los restaurantes. Los consumidores pueden tomar decisiones más informadas sobre qué comer, fomentando la transparencia en la cadena de suministro de alimentos y la sostenibilidad. Controlar la ingesta diaria de sal por debajo de 5 gramos (equivalente a menos de 2 gramos de sodio) ayuda a prevenir la hipertensión y disminuye el riesgo de enfermedades cardíacas y accidentes cerebrovasculares en adultos. Los Estados Miembros de la Organización Mundial de la Salud han acordado como objetivo la reducción del consumo de sal en un 30% a nivel mundial y la detención del aumento de la diabetes, la obesidad y el sobrepeso en adultos, adolescentes e infantes.

Estos dos ODS resaltan la importancia de abordar los desafíos alimentarios globales, como la inseguridad alimentaria y el consumo responsable de recursos. Las aplicaciones de reparto de comida a domicilio pueden desempeñar un papel fundamental en la consecución de estos objetivos al facilitar el acceso a alimentos y al promover prácticas de producción y consumo más sostenibles en la industria agroalimentaria. Al mismo tiempo, es importante que las empresas y los gobiernos trabajen juntos para garantizar que estas aplicaciones se utilicen de manera ética y sostenible, contribuyendo así al logro de la Agenda 2030 y la construcción de un futuro más sostenible a nivel mundial.

4.5 Influencia social y económica de la población

La preferencia por encargar comida rápida en lugar de opciones más saludables a través de aplicaciones de reparto de comida a domicilio puede estar influenciada por varios elementos económicos en la población española. Algunos de estos elementos podrían incluir:

4.5.1 Costo y presupuesto

La comida rápida a menudo es percibida como más asequible en comparación con las opciones saludables, lo que puede ser especialmente relevante para las personas con presupuestos ajustados.

Además, las cadenas de comida rápida a menudo ofrecen promociones y descuentos atractivos, lo que puede incentivar a las personas a optar por estas opciones debido a la percepción de un mayor valor por su dinero.

4.5.2 Rapidez y conveniencia

En una sociedad donde el tiempo es valioso, la comida rápida se asocia con una preparación y entrega más rápida, lo que puede ser atractivo para aquellos con agendas ocupadas. Las aplicaciones de reparto de comida a domicilio ofrecen una entrega conveniente y rápida, lo que puede resultar ser un factor decisivo para elegir opciones de comida rápida por parte de los usuarios.

4.5.3 Familiaridad y gusto

Algunas personas simplemente prefieren el sabor y la familiaridad de la comida rápida en comparación con las opciones más saludables. Las preferencias personales de los usuarios son un factor decisivo a la hora de elaborar su dieta, por lo que preferirán encargar aquello que conocen y saben que les va a gustar.

Los hábitos de consumo a largo plazo pueden influir en la elección de la comida rápida debido a la comodidad y familiaridad que ofrece. Si no se está habituado a comer cierto tipo de alimentos, tenderemos a rechazarlo de nuestra dieta.

4.5.4 Percepción de calidad y valor nutricional

Existe la idea de que la comida rápida ofrece una experiencia gustativa satisfactoria y sabores intensos, lo que puede ser percibido como una mejor calidad en comparación con opciones saludables. La falta de educación sobre opciones saludables y sus beneficios nutricionales puede llevar a la elección de la comida rápida debido a la creencia errónea de que es más satisfactoria o nutritiva.

4.5.5 Influencia publicitaria

Las estrategias de marketing desempeñan un papel crucial en la industria de la comida rápida. Las cadenas de comida rápida suelen invertir considerablemente en campañas publicitarias atractivas y persuasivas. Estas campañas están diseñadas para influir en la percepción y elección de los consumidores. A través de anuncios creativos, imágenes tentadoras de alimentos y mensajes persuasivos, las marcas de comida rápida buscan crear una conexión emocional con el público objetivo.



Figura 1: Vídeo musical “Alguien ha dicho Just Eat” de la colaboración de Katy Perry con Just Eat.

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=AXVwDf2qOsl>

También, otra manera que tienen las empresas de alimentos y aplicaciones de reparto de comida a domicilio de llegar a la audiencia es recurriendo a celebridades populares para promocionar sus productos o servicios. La participación de celebridades en anuncios y campañas publicitarias puede aportar reconocimiento de marca adicional y aumentar el atractivo de un producto o plataforma. Como ejemplo tendríamos la participación reciente de la cantante internacional Katy Perry que realizó un spot publicitario y una canción completamente original para la aplicación de reparto de comida a domicilio de Just Eat (Figura 1).

4.5.6 Factores sociales y culturales

La comida rápida a menudo se asocia con momentos sociales y celebraciones, lo que puede influir en su elección en situaciones grupales o de celebración. Por ejemplo, las salidas con amigos, las reuniones familiares, los cumpleaños y otros momentos de celebración suelen acompañarse de comida rápida. Esta asociación se ha fortalecido a lo largo del tiempo, convirtiendo a la comida rápida en una elección común para compartir con otros y disfrutar de la compañía.

4.5.7 Acceso y disponibilidad:

La ubicación geográfica y la disponibilidad de restaurantes de comida rápida en comparación con opciones saludables pueden afectar la elección de los consumidores en áreas específicas. En muchas áreas urbanas y suburbanas, es común encontrar una alta densidad de restaurantes de comida rápida, incluyendo cadenas internacionales y locales. Estos restaurantes a menudo se encuentran estratégicamente ubicados en zonas de alto tráfico, centros comerciales y áreas residenciales. Como resultado, las personas que viven o trabajan en estas áreas tienen un acceso más fácil y conveniente a la comida rápida en comparación con opciones más saludables. Además, cuentan con horarios de operación extendidos, lo que permite a las personas satisfacer sus antojos de manera inmediata y sin tener que planificar con anticipación.

4.5.8 Efecto psicológico y de gratificación instantánea:

La comida rápida puede brindar una gratificación instantánea y placer gustativo, a menudo contiene cantidades significativas de grasas y azúcares, lo que mejora la palatabilidad de los alimentos. Las grasas agregan una textura suave y cremosa, mientras que los azúcares proporcionan un sabor dulce y placentero. Estos ingredientes estimulan las papilas gustativas y generan una respuesta sensorial agradable.

El consumo de alimentos ricos en grasas y azúcares puede estimular la liberación de dopamina en el cerebro, un neurotransmisor asociado con el placer y la recompensa. Esta respuesta neuroquímica refuerza la asociación entre la comida rápida y la satisfacción, lo que puede hacer que la comida rápida se perciba como más sabrosa.

4.6 Análisis y funcionamiento de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio

4.6.1 JUST EAT

La aplicación Just Eat (Figura 2) se trata de una plataforma de entrega de comida a domicilio que permite a los usuarios explorar y pedir comida en una amplia variedad de restaurantes locales. La interfaz de la aplicación (Figura 3) cuenta con diferentes características:



Figura 2: Icono de la aplicación de Just Eat. Fuente: <https://www.just-eat.es/>

1. Menú inferior: En el que puedes acceder a tu perfil, tus pedidos, tus favoritos, tus direcciones, tus ajustes y la ayuda.
2. Barra de búsqueda: En la que puedes introducir tu dirección o código postal para encontrar los restaurantes disponibles cerca de ti.
3. Carrusel de ofertas: En el que puedes ver las promociones y descuentos más destacados del momento.
4. Categorías: En la que puedes filtrar los restaurantes por tipo de cocina, como pizza, sushi, hamburguesas, etc.
5. Lista de restaurantes: En la que puedes ver los nombres, las valoraciones, los precios y los tiempos de entrega de los restaurantes que cumplen con tus criterios de búsqueda.
6. Ficha de restaurante: En la que puedes ver el menú, las fotos, los comentarios y los detalles del restaurante seleccionado. También puedes añadir los platos que quieras al carrito.
7. Carrito: En el que puedes ver el resumen de tu pedido, el precio total, el método de pago y el tiempo estimado de entrega. También puedes aplicar códigos promocionales o cambiar la dirección de entrega.

8. Proceso de pago: Just Eat permite a los usuarios realizar pagos en línea a través de métodos seguros. Los usuarios pueden ingresar los detalles de su tarjeta de crédito o utilizar opciones de pago electrónico, según la disponibilidad en su región.
9. Seguimiento: Después de realizar un pedido, los usuarios pueden realizar un seguimiento del estado de su entrega en tiempo real. La aplicación proporciona actualizaciones sobre el proceso, desde la preparación del pedido hasta el momento en que el repartidor se encuentra en camino.



Figura 3: Pantalla inicial de la aplicación Just Eat. Fuente: elaboración propia.

4.5.2 DELIVEROO

La aplicación móvil de Deliveroo (Figura 4) es una plataforma de entrega de comida a domicilio que conecta a los usuarios con una amplia variedad de restaurantes y locales. Algunos de los elementos a destacar de la interfaz de la aplicación (Figura 5) son:

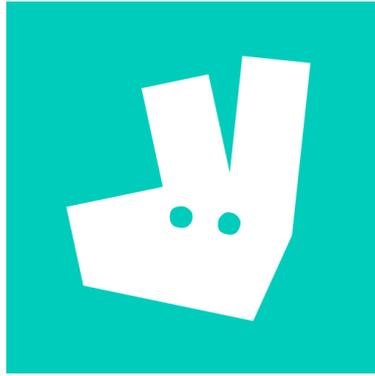


Figura 4: Icono de la aplicación de Deliveroo. Fuente: <https://deliveroo.es/es/>

1. **Página de inicio:** Al abrir la aplicación, los usuarios son recibidos con una página de inicio que muestra una selección de restaurantes populares y recomendados en su área. Aquí también se pueden encontrar promociones especiales, categorías de alimentos y opciones para buscar restaurantes o tipos de cocina específicos.
2. **Búsqueda de restaurantes:** La aplicación ofrece una función de búsqueda que permite a los usuarios buscar restaurantes según diferentes criterios, como ubicación, tipo de comida, nombre del restaurante, etc. Los resultados de búsqueda se presentan en una lista o en un mapa, dependiendo de la vista seleccionada.
3. **Detalles del restaurante:** Al seleccionar un restaurante específico, se muestra una página con información detallada sobre el establecimiento, como el menú, los horarios de apertura, las opciones de entrega, las reseñas de los usuarios y la información de contacto. Aquí es posible navegar por las diferentes categorías del menú y ver los precios de los platos.
4. **Personalización de pedidos:** Los usuarios tienen la opción de personalizar sus pedidos seleccionando ingredientes adicionales, eligiendo opciones de tamaño o especificando instrucciones especiales para los restaurantes.
5. **Carrito de compras:** A medida que los usuarios agregan artículos al carrito de compras, se muestra un resumen en la parte superior de la pantalla que indica los elementos seleccionados y el precio total. Los usuarios pueden revisar y modificar su pedido antes de finalizar la compra.
6. **Proceso de pago:** Deliveroo permite a los usuarios realizar pagos en línea a través de métodos seguros. Los usuarios pueden ingresar los detalles de su tarjeta de crédito o utilizar opciones de pago electrónico, según la disponibilidad en su región.
7. **Seguimiento de pedidos:** Después de realizar un pedido, los usuarios pueden realizar un seguimiento del estado de su entrega en tiempo real. La aplicación proporciona actualizaciones sobre el proceso, desde la preparación del pedido hasta el momento en que el repartidor se encuentra en camino.

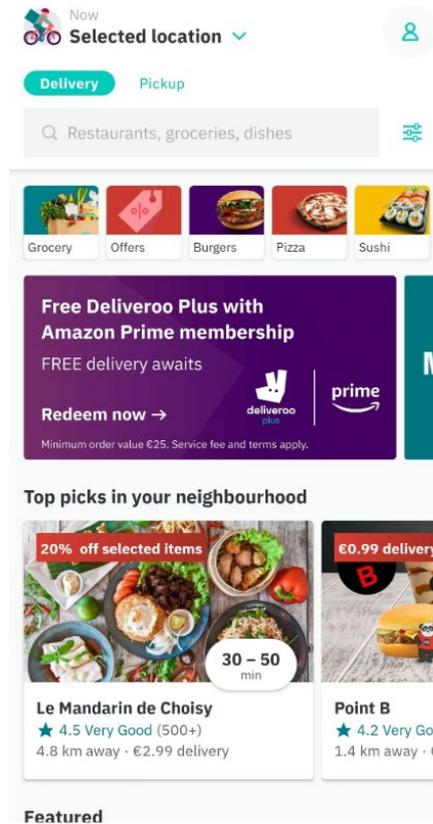


Figura 5: Pantalla inicial de la aplicación Deliveroo.

Fuente: <https://www.malavida.com/es/soft/deliveroo/android/>

4.5.3 GLOVO

La aplicación móvil de Glovo (Figura 6) es una plataforma de entrega a domicilio que da acceso a los usuarios a una amplia gama de servicios, incluyendo la entrega de alimentos, productos de tiendas locales, farmacias, regalos, entre otros. Habitualmente esta aplicación se emplea para el reparto de comida a domicilio principalmente, destacando los siguientes elementos de su interfaz (Figura 7):



Figura 6: Icono de la aplicación de Glovo.

Fuente: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.glovo&hl=es&pli=1>

1. **Página de inicio:** Al abrir la aplicación, los usuarios son recibidos con una página de inicio que muestra una selección de categorías populares, como "Comida", "Supermercados" o "Farmacias". Aquí también se pueden encontrar promociones especiales y ofertas destacadas.
2. **Búsqueda de servicios:** La aplicación ofrece una función de búsqueda que permite a los usuarios buscar servicios o productos específicos. Los usuarios pueden buscar restaurantes, tiendas, productos o cualquier servicio disponible en su área a partir de la barra superior de búsquedas.
3. **Selección de servicios:** Al seleccionar una categoría o servicio específico, se muestra una lista de opciones disponibles en la zona. Por ejemplo, si se selecciona la categoría "Comida", se mostrarán los restaurantes disponibles para hacer pedidos.
4. **Detalles del servicio:** Al elegir un servicio o establecimiento específico, se muestra una página con información detallada, como el menú, los horarios de apertura, las opciones de entrega, las reseñas de los usuarios y la información de contacto. Aquí es posible navegar por las diferentes categorías del menú, ver los precios y realizar pedidos.
5. **Personalización de pedidos:** Los usuarios tienen la opción de personalizar sus pedidos seleccionando ingredientes adicionales, eligiendo opciones de tamaño o especificando instrucciones especiales para los establecimientos.
6. **Carrito de compras:** A medida que los usuarios agregan elementos al carrito, se muestra un resumen en la parte superior de la pantalla que indica los elementos seleccionados y el precio total, además, se puede revisar y modificar el pedido antes de finalizar la compra.
7. **Proceso de pago:** Glovo permite a los usuarios realizar pagos en línea a través de métodos seguros. Los usuarios pueden ingresar los detalles de su tarjeta de crédito o utilizar opciones de pago electrónico, según la disponibilidad en su región.
8. **Seguimiento de pedidos:** Después de realizar un pedido, los usuarios pueden realizar un seguimiento del estado de su entrega en tiempo real. La aplicación proporciona actualizaciones sobre el proceso, desde la confirmación del pedido hasta el momento en que el repartidor se encuentra en camino.



Figura 7: Pantalla inicial de la aplicación Glovo.
Fuente: elaboración propia.

4.5.4 UBER EATS

Uber Eats es una aplicación móvil que facilita la entrega de comida a domicilio, conectando a los usuarios con una amplia selección de restaurantes próximos a su zona. Los elementos que destacar de la interfaz de la aplicación Uber Eats (Figura 9) son:



Figura 8: Icono de la aplicación de Uber Eats.

Fuente: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab.eats&hl=es>

1. Página de inicio: Al abrir la aplicación, los usuarios son recibidos con una página de inicio que muestra una selección de restaurantes y platos populares en su área. Aquí también se pueden encontrar promociones especiales, ofertas destacadas y categorías de alimentos.

2. **Búsqueda de restaurantes:** La aplicación ofrece una función de búsqueda que permite a los usuarios buscar restaurantes según diferentes criterios, como ubicación, tipo de cocina, nombre del restaurante, etc. Los resultados de búsqueda se presentan en una lista o en un mapa, dependiendo de la vista seleccionada.
3. **Detalles del restaurante:** Al seleccionar un restaurante específico, se muestra una página con información detallada sobre el establecimiento, como el menú, los horarios de apertura, las opciones de entrega, las reseñas de los usuarios y la información de contacto. Aquí es posible navegar por las diferentes categorías del menú y ver los precios de los platos.
4. **Personalización de pedidos:** Los usuarios tienen la opción de personalizar sus pedidos seleccionando ingredientes adicionales, eligiendo opciones de tamaño o especificando instrucciones especiales para los restaurantes.
5. **Carrito de compras:** A medida que los usuarios agregan artículos al carrito de compras, se muestra un resumen en la parte superior de la pantalla que indica los elementos seleccionados y el precio total. Los usuarios pueden revisar y modificar su pedido antes de finalizar la compra.
6. **Proceso de pago:** Uber Eats permite a los usuarios realizar pagos en línea a través de métodos seguros. Los usuarios pueden ingresar los detalles de su tarjeta de crédito o utilizar opciones de pago electrónico, según la disponibilidad en su región. También es posible aplicar códigos de promoción o utilizar créditos disponibles en la cuenta.
7. **Seguimiento de pedidos:** Después de realizar un pedido, los usuarios pueden realizar un seguimiento del estado de su entrega en tiempo real. La aplicación proporciona actualizaciones sobre el proceso, desde la confirmación del pedido hasta el momento en que el repartidor se encuentra en camino. También se muestra una estimación del tiempo de entrega.

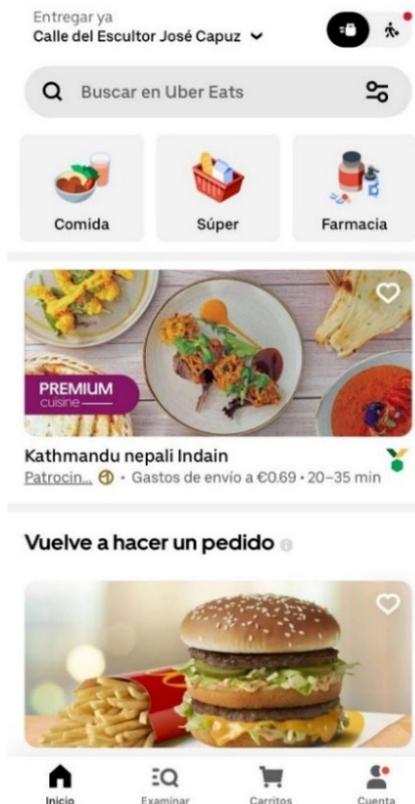


Figura 9: Pantalla inicial de la aplicación Uber Eats.

Fuente: elaboración propia.

4.7 ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS APLICACIONES DE COMIDA A DOMICILIO Y SU INFLUENCIA EN EL CONSUMO DE COMIDA RÁPIDA

4.6.1 Realización de la encuesta

Para la realización de la encuesta nos vamos a centrar en diferentes apartados que nos ayudarán a obtener información enfocada en nuestro estudio. Comenzamos con el perfil de los participantes. Preguntar por el género, situación laboral y rango de edad de los participantes en una encuesta ayudan a entender cómo estas características influyen en preferencias y opiniones, permitiendo detectar diferencias, identificar tendencias generacionales, patrones que pueden influir en la interpretación de los resultados y personalizar estrategias de marketing.

Después, seguiremos la encuesta preguntando a los usuarios cuáles aplicaciones de este estilo son más conocidas y cuáles son las más empleadas. Estos datos proporcionan una visión clara de la popularidad y las tendencias en el uso de las aplicaciones, lo que es esencial para comprender las preferencias de los consumidores.

La pandemia de la COVID-19 representó un evento excepcional que alteró significativamente el comportamiento y las rutinas de los consumidores. Preguntar sobre el uso de las aplicaciones en diferentes etapas nos ayuda a entender cómo estos eventos influyeron. Estas preguntas permiten rastrear y analizar las tendencias, cambios en el uso de las aplicaciones a lo largo del tiempo y

evaluar el impacto de la pandemia en la industria de reparto de comida a domicilio y en los patrones de consumo de los usuarios.

También preguntaremos acerca de los motivos más populares que llevan a los usuarios a encargar comida a través de aplicaciones de reparto a domicilio. Estos datos proporcionan información valiosa sobre sus preferencias y necesidades acerca del uso de estas plataformas, lo que permite a la industria adaptar estrategias, mejorar la experiencia del usuario y satisfacer sus demandas de manera más efectiva.

Preguntar por el tipo de comida que se encarga en aplicaciones de reparto a domicilio y en qué ámbitos suelen hacerlo es esencial para obtener información detallada sobre las preferencias y comportamientos de los consumidores en relación con el consumo de comida a domicilio. Estos datos proporcionan una visión más completa de las elecciones de comida y los contextos en los que se utilizan las aplicaciones, lo que es fundamental para comprender los hábitos de los usuarios. Al entender cuándo y cómo se utilizan las aplicaciones de reparto de comida a domicilio, la industria puede diseñar experiencias más intuitivas y eficientes que se ajusten a los patrones de uso de los usuarios.

Por último, hablaremos de si los usuarios creen que se ofrecen suficientes alternativas saludables en estas plataformas y si se han modificado sus hábitos alimentarios de forma negativa o positiva con el uso de estas aplicaciones. es esencial para comprender el impacto en la salud y el bienestar de los consumidores, así como para evaluar la responsabilidad social de la industria, si está cumpliendo con la demanda de opciones de comidas nutritivas y equilibradas por parte de los usuarios.

Conocer la modificación de hábitos alimentarios nos proporciona información sobre si el uso de las aplicaciones influye en la elección de alimentos y la dieta de los usuarios. Evaluar si los hábitos alimentarios se han modificado negativa o positivamente con el uso de las aplicaciones puede indicar si los usuarios están tomando decisiones más informadas sobre su alimentación. Si se observan efectos negativos en los hábitos alimentarios, la industria puede considerar medidas para promover opciones más saludables y educar a los usuarios sobre elecciones equilibradas. Esto es esencial para evaluar el impacto en la salud y el bienestar de los consumidores, así como para fomentar la responsabilidad social y la promoción de opciones nutritivas en la industria.

4.6.2 Análisis de los resultados

La siguiente es una breve presentación de los resultados de una encuesta realizada a una muestra de 160 personas sobre el uso de aplicaciones de reparto de comida a domicilio y su influencia en el comportamiento del consumidor. Estos resultados proporcionan una visión general de las tendencias y preferencias de los usuarios en relación con estas aplicaciones, lo que puede ayudar a comprender mejor su impacto en la vida cotidiana y la toma de decisiones alimentarias.

4.6.2.1 Perfil de los Participantes

En la Figura 10 tenemos la gráfica del género de los participantes de la encuesta. El 63,7% eran mujeres, el 33,8% fueron hombres y el 2,4% son de otro género o prefirieron no especificarlo. En general, la distribución desigual de género en la muestra de la encuesta nos puede ayudar a ver cómo interactúan con estas aplicaciones y cómo adaptar sus servicios y estrategias para satisfacer las necesidades y preferencias de diversos grupos de género. Sin embargo, es importante recordar que estas conclusiones se basan en la muestra específica de la encuesta y pueden variar en función de la población general y la ubicación geográfica.

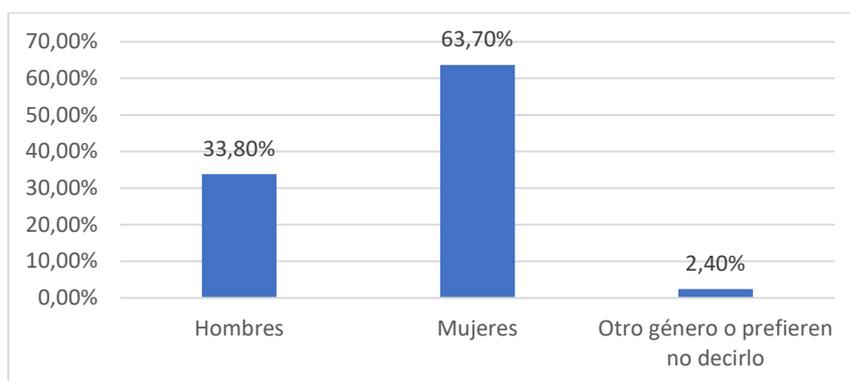


Figura 10: gráfica del género de los participantes de la encuesta.

Fuente: elaboración propia.

En la Figura 11 tenemos la gráfica de la ocupación de los participantes en la encuesta. La mayoría cuentan con un empleo, el 55,6% de los encuestados, mientras que un 22,7% reciben ayuda económica de sus padres y un 15,6% no cuentan con fuente de ingresos. Esto puede influir en su comportamiento y preferencias en relación con las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Por ejemplo, los horarios laborales y el presupuesto disponible pueden afectar la frecuencia y el tipo de pedidos realizados a través de estas aplicaciones.

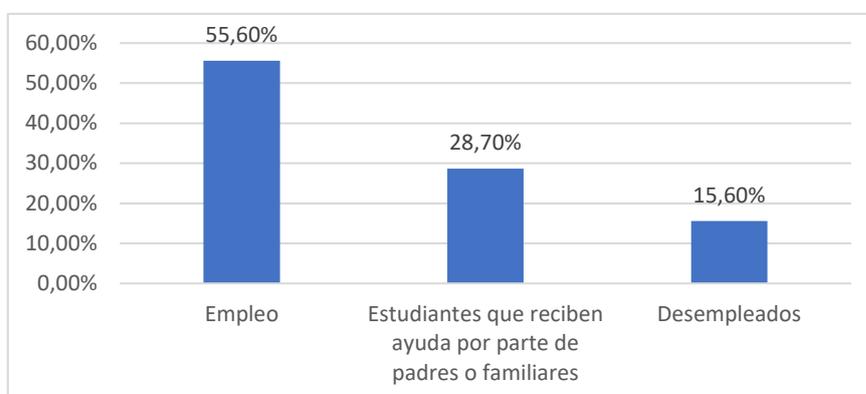


Figura 11: gráfica de la ocupación de los participantes en la encuesta.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al rango de edades de los participantes en la encuesta (Figura 12), el grupo más numeroso dentro de la muestra está compuesto por personas de 18 a 25 años (54,4%), mientras que las personas de 26 a 40 años representan el 25,6% de los encuestados, las personas de 41 a 55 años son el 11,9% y sólo un 2,5% son menores de edad. Las diferencias generacionales pueden influir en las preferencias de alimentos y la frecuencia de uso de estas aplicaciones. Por ejemplo, los jóvenes adultos pueden estar más familiarizados con la tecnología y prefieren opciones de comida rápida, mientras que los adultos mayores pueden desenvolverse con menos facilidad en el ámbito tecnológico y optar por platos caseros o saludables.

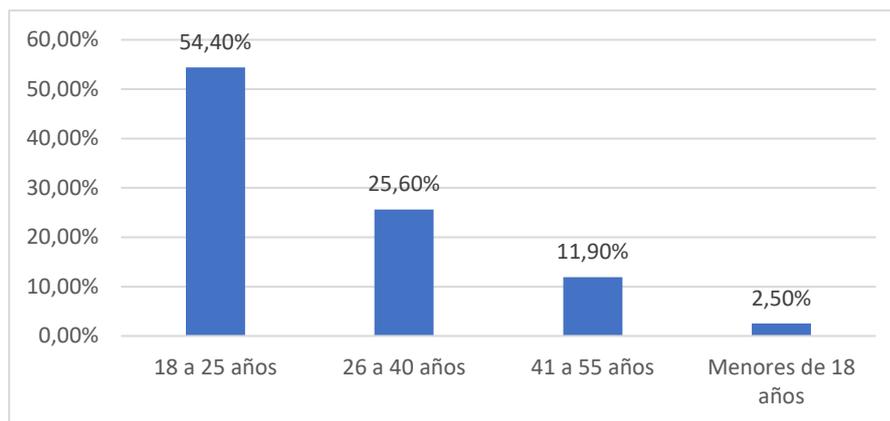


Figura 12: gráfica del rango de edades de los participantes en la encuesta. Fuente: elaboración propia.

4.6.2.2 Aplicaciones de reparto de comida a domicilio: conocimiento y uso

Tras evaluar las aplicaciones de reparto de comida a domicilio conocidas por los participantes (Figura 13) Just Eat y Glovo son las aplicaciones más conocidas. Esto indica que estas dos plataformas de reparto de comida tienen una presencia sólida en la mente de los usuarios y son reconocidas por el tipo de servicio que ofrecen y la manera en la que se publicitan. La familiaridad con estas marcas puede influir en la elección de los usuarios a la hora de utilizar servicios de reparto de comida.

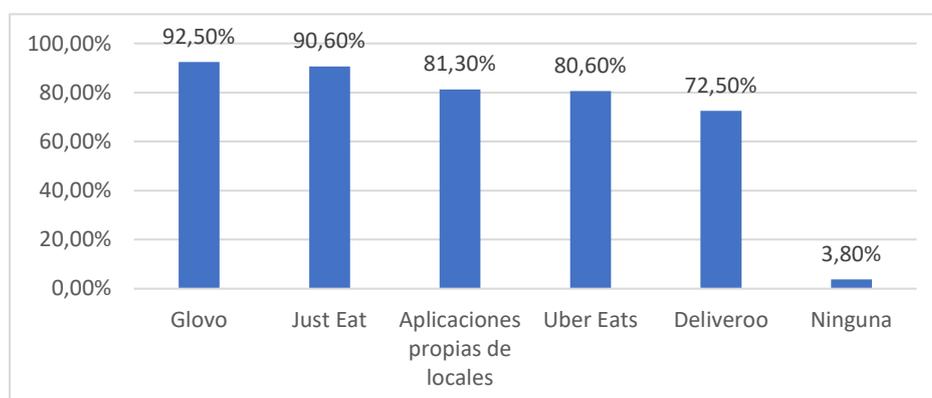


Figura 13: gráfica de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio conocidas por los participantes en la encuesta. Fuente: elaboración propia.

El hecho de que Glovo, Just Eat y las aplicaciones propias de locales sean las aplicaciones más utilizadas sugiere que estas plataformas tienen una base de usuarios activa y un amplio alcance. Los usuarios pueden preferirlas debido a su interfaz, opciones de restaurantes disponibles o promociones.

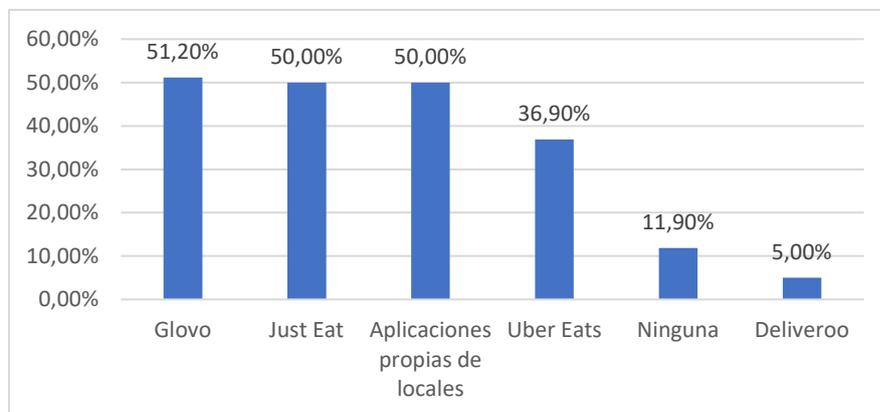


Figura 14: gráfica de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio utilizadas por los participantes en la encuesta. Fuente: elaboración propia.

La comodidad destaca como el motivo principal para utilizar las aplicaciones de reparto de comida a domicilio a la hora de preguntar por los factores que influyen a la hora de utilizar aplicaciones de reparto de comida a domicilio (Figura 15). Los usuarios valoran la posibilidad de poder ordenar comida desde sus dispositivos móviles o computadoras sin tener que desplazarse a un restaurante físico, permitiéndoles así ahorrar tiempo y esfuerzo en la preparación de alimentos. La rapidez, los precios y las ofertas son los otros tres factores que destacan a la hora de decidir utilizar aplicaciones de reparto de comida. La disponibilidad de precios asequibles junto a las promociones atractivas y rapidez de la entrega es un incentivo adicional para utilizar estas aplicaciones. En menor medida destacan los factores de variedad de opciones, la falta de tiempo para elaborar comidas o la necesidad del confinamiento, indicando que estos factores no influyen en gran medida a los usuarios a la hora de decidir si utilizar o no las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.

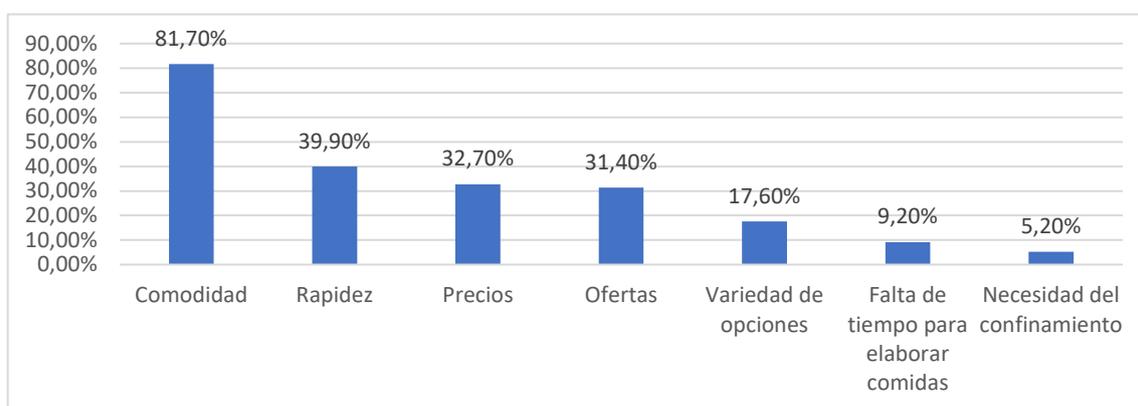


Figura 15: gráfica de los factores que influyen a la hora de utilizar aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Fuente: elaboración propia.

En la Figura 16 vemos representados los entornos en los que los encuestados más emplean las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. La mayoría de los usuarios (74,2%) utilizan estas aplicaciones en un entorno familiar o personal. Esto significa que gran parte de los pedidos se realizan para satisfacer las necesidades alimentarias de uno mismo y su familia en el hogar. Los usuarios también suelen hacer uso de estas en un entorno con amigos (69%). Esto indica que estas aplicaciones a menudo se asocian con momentos sociales, los usuarios pueden encontrar conveniente pedir comida a través de estas aplicaciones para disfrutarla en compañía. En menor medida, los encuestados las emplean en el entorno laboral (14%) u otro tipo de entorno (3%).

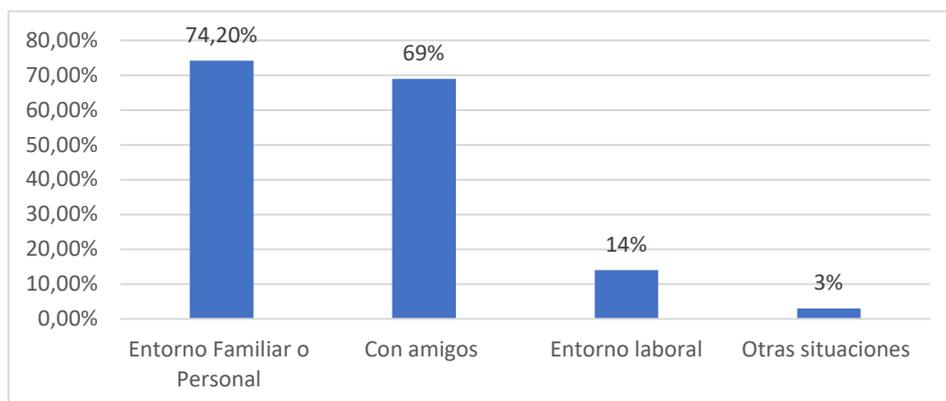


Figura 16: gráfica del entorno en el que se utilizan aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Fuente: elaboración propia.

El resultado más destacado de la gráfica acerca de la comida encargada a través de estas aplicaciones (Figura 17) es que la gran mayoría de los usuarios (87,7%) elige encargar comida rápida. Esta preferencia refleja la conveniencia y el atractivo de los platos rápidos y familiares que ofrecen las cadenas de comida rápida. Solo un 27,9% de los encuestados pide platos elaborados o comida casera a través de estas aplicaciones y un 12,3% encarga comida saludable, lo que nos indica que, aunque existe un segmento de consumidores interesados en opciones más saludables y preparadas, la mayoría tiende a optar por la comodidad y la rapidez de la comida rápida.

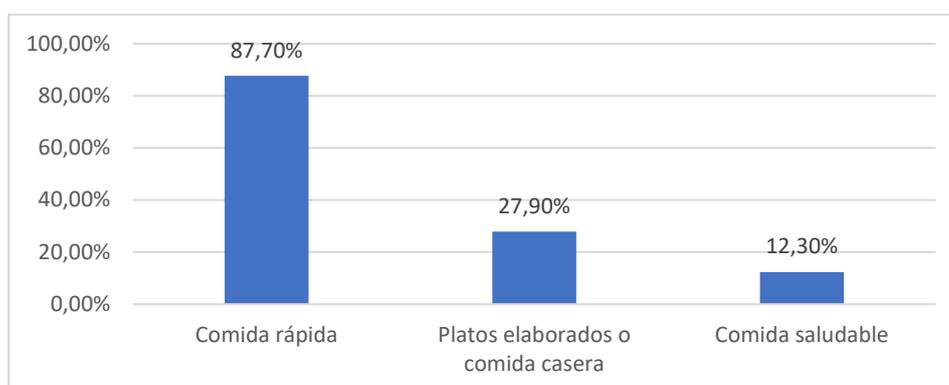


Figura 17: gráfica del tipo de comida encargada mediante las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Fuente: elaboración propia.

Antes de la pandemia el 49,4% de los encuestados utilizaban las aplicaciones de comida a domicilio de manera ocasional. Esto podría estar relacionado con la percepción de que el consumo de comida a domicilio es más un evento ocasional o para ocasiones especiales. También destaca el 34,4% de usuarios que no usaban este tipo de aplicaciones, estas personas podrían haber preferido otras formas de obtener alimentos, como cocinar en casa o comer en restaurantes físicos. Un 14,45% de los encuestados usaban estas aplicaciones una o varias veces al mes y sólo un 1,9% las usaban de forma más regular una o varias veces por semana, lo que nos indica que formaban parte de la dieta de un pequeño segmento de los participantes. Todo esto se puede ver reflejado en la gráfica de la Figura 18 sobre la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio antes de la COVID-19.

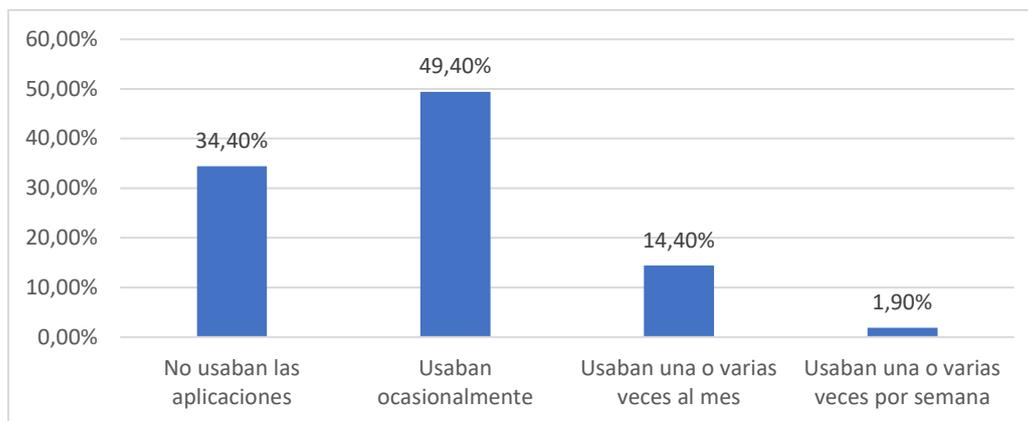


Figura 18: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio antes de la COVID-19. Fuente: elaboración propia.

En el gráfico de la Figura 19 vemos el uso que hicieron los encuestados durante la pandemia. Se ve que hubo un aumento significativo en el porcentaje de personas que no utilizaban las aplicaciones (45%) y una disminución en aquellos que las usaban ocasionalmente (28,8%). Esto podría atribuirse a varios fenómenos que tuvieron lugar. Con el confinamiento y las restricciones impuestas de movimiento, junto al cierre de restaurantes, podrían haber llevado a más personas a recurrir a las aplicaciones de reparto de comida como una alternativa. La preocupación por el contacto y la interacción social podría haber frenado a los usuarios a hacer uso de estas aplicaciones buscando disminuir riesgos reduciendo el contacto con otras personas. Sin embargo, aumentaron los porcentajes de encuestados que las empleaban una o varias veces al mes (21,9%) y semanalmente (4,4%), lo que nos indica que aumentó el segmento de participantes que elaboraban su dieta empleando estas aplicaciones.

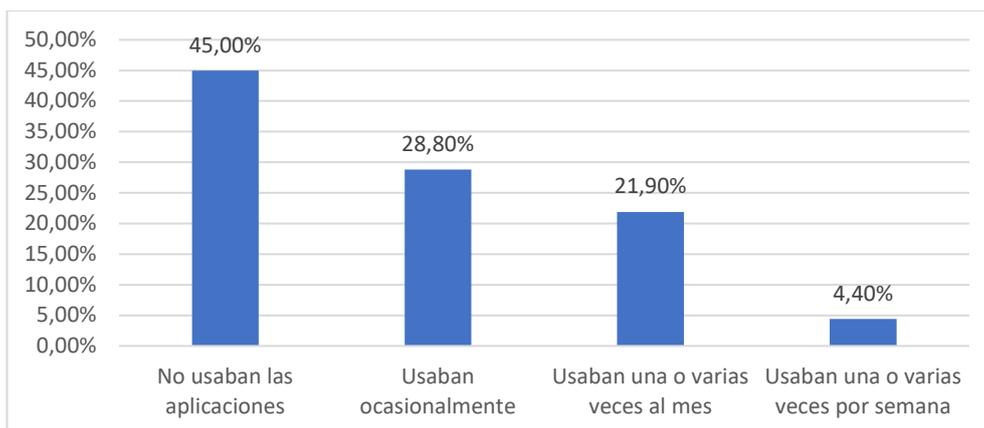


Figura 19: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio durante la COVID-19. Fuente: elaboración propia.

En la gráfica sobre la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio tras la COVID-19 (Figura 20) vemos que, después de la pandemia, se produce una reducción en el porcentaje de personas que no utilizan estas aplicaciones (21,3%) y un aumento en aquellos que las usan ocasional (41,9%), mensualmente (29,4%) y una o varias veces por semana (7,5%). Esto podría deberse a diversos factores. Con la flexibilización de las restricciones y la reapertura de restaurantes, algunas personas podrían haber retomado sus hábitos alimentarios anteriores. También se pueden haber generado nuevos hábitos durante la pandemia y aquellas personas que comenzaron a utilizar las aplicaciones durante la pandemia podrían haber mantenido o aumentado esta práctica como parte de sus nuevos hábitos. Se nos indica también que aumentó de nuevo el número de personas que hacen un usan regularmente estas aplicaciones y que por lo tanto son una herramienta utilizada para su dieta.

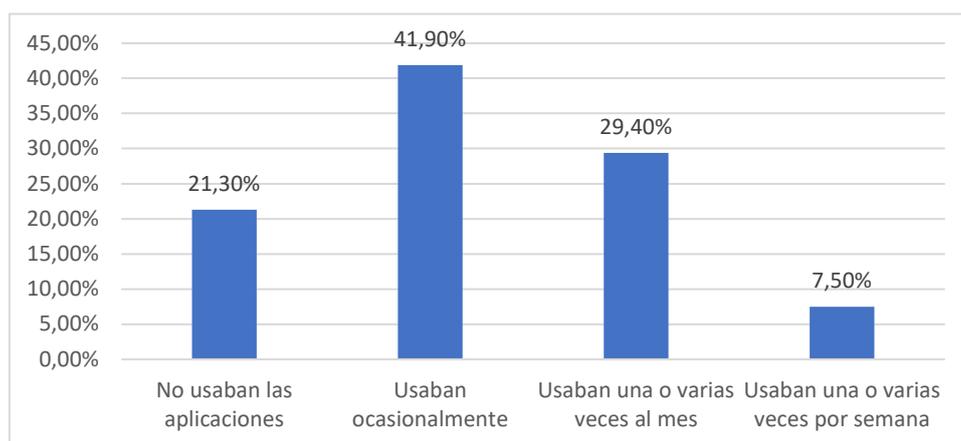


Figura 20: gráfica de la frecuencia de uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio tras la COVID-19. Fuente: elaboración propia.

4.6.2.3 Opiniones sobre alternativas saludables e influencia en los hábitos alimentarios

En la Figura 21 queda representada la gráfica sobre la opinión de los encuestados acerca de si se ofrecen suficientes alternativas saludables en las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. El hecho de que el 77,5% de los encuestados haya expresado que no se ofrecen suficientes alternativas saludables refleja una preocupación en torno a la disponibilidad y variedad de opciones de alimentos que promuevan un estilo de vida saludable. Esto nos revela que hay una alta proporción de usuarios concienciados con su salud y con una preferencia por opciones alimentarias que se alineen con un estilo de vida saludable. Esta demanda evidente de alternativas saludables también plantea una oportunidad para que los restaurantes y las plataformas de entrega colaboren para ampliar y mejorar la gama de opciones de alimentos que ofrecen. La disponibilidad de opciones saludables podría influir en la lealtad del consumidor hacia ciertas aplicaciones y restaurantes, especialmente entre aquellos que buscan opciones más saludables de manera constante. Si ven que se proporcionan las alternativas que buscan de manera clara y transparente podría aumentar en su fidelidad y uso. Esta percepción ofrece oportunidades para la industria alimentaria y las plataformas de entrega de comida a domicilio para adaptarse y evolucionar en respuesta a las necesidades cambiantes de los consumidores, al tiempo que promueven un estilo de vida más saludable.

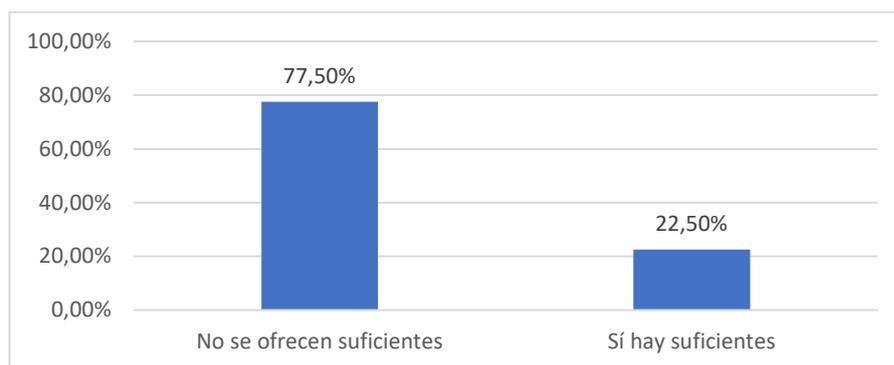


Figura 21: opinión de los encuestados acerca de si se ofrecen suficientes alternativas saludables en las aplicaciones de reparto de comida a domicilio.

Fuente: elaboración propia.

En la Figura 22 se representa la gráfica acerca la opinión de los encuestados acerca de si sus hábitos alimentarios se vieron afectados con el uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Un 65,5% de los encuestados indicó que sus hábitos alimentarios no se vieron influenciados por el uso de estas aplicaciones. Esto podría sugerir que, para la mayoría de las personas, estas plataformas no son el factor principal que determina sus elecciones alimentarias. El 34,2% de los usuarios percibe una influencia negativa en sus hábitos alimentarios, lo que podría estar relacionado con la disponibilidad de multitud de opciones de comida rápida y alimentos menos saludables en estas aplicaciones, su precio, así como con la promoción constante de ofertas y descuentos en este tipo de alimentos.

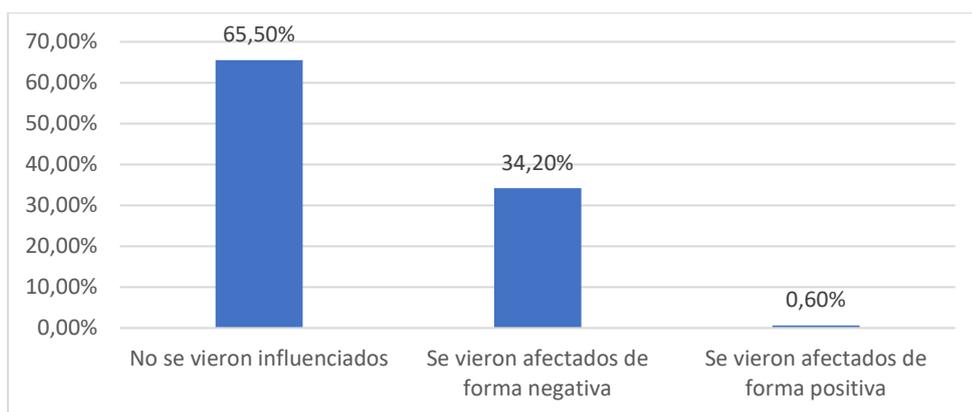


Figura 22: opinión de los encuestados acerca de si sus hábitos alimentarios se vieron afectados con el uso de las aplicaciones de reparto de comida a domicilio. Fuente: elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

El hecho de que la mayoría de los usuarios ordene comida rápida a través de estas aplicaciones refleja la asociación común entre las aplicaciones de reparto de comida y opciones gastronómicas menos saludables. Esto plantea la cuestión de cómo estas plataformas pueden promover opciones más saludables y fomentar elecciones alimentarias conscientes entre sus usuarios. También sugiere la necesidad de equilibrar la comodidad y la accesibilidad con la promoción de alimentos más saludables en estas aplicaciones.

En general, las influencias en los cambios de comportamiento en el uso de aplicaciones de comida a domicilio antes, durante y después de la pandemia están estrechamente relacionadas con factores externos como restricciones de movimiento, cambios en las rutinas diarias y la necesidad de evitar el contacto social. Estos cambios también pueden reflejar una mayor comodidad y familiaridad con la tecnología y los servicios de entrega a domicilio. Los consumidores se adaptaron a las circunstancias cambiantes de la pandemia, utilizando las aplicaciones de reparto de comida a domicilio de manera más frecuente. Sin embargo, sus hábitos volvieron a cambiar después de la pandemia, lo que sugiere que estos servicios seguirán siendo una parte importante de la vida moderna, pero no reemplazarán por completo las experiencias tradicionales de comer fuera de casa.

Los restaurantes y las plataformas de reparto deben considerar la incorporación de opciones de alimentos saludables y equilibrados en sus menús. Esto incluye opciones bajas en calorías, con ingredientes frescos y nutritivos, y adaptadas a diferentes necesidades y preferencias dietéticas (vegetarianas, veganas, sin gluten, etc.). Las aplicaciones podrían implementar sistemas de personalización de menús que se adapten a las preferencias y necesidades nutricionales de los usuarios, brindándoles la capacidad de crear combinaciones saludables. Ofrecer incentivos, descuentos o promociones especiales para opciones saludables puede motivar a los consumidores a probar alternativas más nutritivas y contribuir a cambios positivos en sus hábitos alimentarios. También se podría fomentar la colaboración con pequeños restaurantes y establecimientos que se especializan en opciones saludables puede contribuir a una mayor diversidad en las ofertas y brindar a los consumidores más alternativas para elegir.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Adigital (2020). *Importancia económica de las plataformas digitales de Delivery y perfil de los repartidores en España*. Visto el 12 de agosto de 2023. <https://www.adigital.org/publicaciones/importancia-economica-de-las-plataformas-digitales-de-delivery-y-perfil-de-los-repartidores-en-espana-2/>
- Aesan - Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición. (2 de octubre de 2020). *El Comité Científico de la AESAN actualiza las Recomendaciones Dietéticas para la población española*. Visto el 15 de agosto de 2023. https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2020/recomendaciones_dieteticas.htm
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28–44. Visto el 19 de agosto de 2023. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2019.04.008>
- Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) (2022). Informe del Comité Científico de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) sobre recomendaciones dietéticas sostenibles y recomendaciones de actividad física para la población española. *Revista del Comité Científico de la EASAN*, 36, 11-70. ISSN: 2695-4443
- Comunidad de Madrid. (31 de julio de 2023). *Qué debemos saber cuando pedimos comida a domicilio*. Visto el 15 de agosto de 2023. <https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/debemos-saber-cuando-pedimos-comida-domicilio>
- Deliveroo: Comida a domicilio. (2013). [App móvil]. Google Play. Visto el 12 de julio de 2023. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.deliveroo.orderapp&hl=es&gl=US&pli=1>
- Glovo: Entrega y recogida. (2014). [App móvil]. Google Play. Visto el 12 de julio de 2023. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.glovo&hl=es&gl=US>
- González Morón, A. (2021) *Análisis y Viabilidad del sector de reparto de comidas a domicilio: el caso de Just Eat [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Sevilla]*. Visto el 16 de julio de 2023. <https://idus.us.es/handle/11441/127388>
- INE. (26 de abril de 2021). *Patrón de consumo de determinados alimentos según sexo y grupo de edad. Población de 15 y más años*. Visto el 12 de julio de 2023. <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?tpx=48073>

- Juárez, B. (9 de febrero de 2023). Plataformas de reparto: ¿Cómo han influido en la creación de empleo en los negocios? *El Economista*. Visto el 12 de agosto de 2023. <https://www.economista.com.mx/capitalhumano/Plataformas-de-reparto-Como-han-influido-en-la-creacion-de-empleo-en-los-negocios-20230105-0005.html>
- Just Eat. (20 de octubre de 2021). *Just Eat España acelera su crecimiento un 24% en 2020 y comienza su apuesta de grandes inversiones*. Visto el 12 de julio de 2023. <https://www.just-eat.es/blog/notas-de-prensa/resultados-financieros-2020>
- Just Eat: Comida a domicilio. (2001). [App móvil]. Google Play. Visto el 12 de julio de 2023. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.justeat.app.es&hl=es&gl=US>
- Ministerio de Sanidad. (2020). Porcentaje de personas con obesidad, por sexo según comunidad autónoma. Visto el 17 de julio de 2023 <https://www.sanidad.gob.es/estadEstudios/sanidadDatos/tablas/tabla10.htm>
- Moreno Aznar, L. y Lorenzo Garrido, H. (2023). Obesidad infantil. *Sociedad Española de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición Pediátrica*, 1, 535-542. ISSN: 2171-8172
- Muñoz Salvador, L., Briones Urbano, M., y Pérez, Y. (2022). Changes in the eating behavior of highly educated adults during the different stages of home confinement by COVID-19 in Iberoamerica. *Nutricion Hospitalaria*, 39(5), 1068–1075. Visto el 22 de julio de 2023. <http://dx.doi.org/10.20960/nh.04018>
- Naciones Unidas. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Visto el 19 de agosto de 2023. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Objetivos de desarrollo sostenible (17 de enero de 2020). *Objetivo 12: Producción y consumo responsables*. Visto el 19 de agosto de 2023. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Objetivos de desarrollo sostenible (24 de julio de 2020). *Objetivo 2: Poner fin al hambre*. Visto el 19 de agosto de 2023. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/hunger/>
- Objetivos de desarrollo sostenible (24 de mayo de 2022). *Objetivos de desarrollo sostenible*. Visto el 19 de agosto de 2023. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Okumus, B. y Bilgihan, A. (2014). Proponer un modelo para probar la intención de los usuarios de teléfonos inteligentes de utilizar aplicaciones inteligentes al pedir comida en restaurantes. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 5(1), 31-49. Visto el 23 de julio de 2023. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2013-0003>
- Organización Mundial de la Salud. (31 de agosto de 2018). *Alimentación sana*. Visto el 12 de julio de 2023. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>

Real Academia Española. (s. f.). Aplicación. En *Diccionario de la lengua española*. Visto el 16 de agosto de 2023. <https://dle.rae.es/aplicaci%C3%B3n>

Sidor, A., y Rzymiski, P. (2020). Dietary choices and habits during COVID-19 lockdown: Experience from Poland. *Nutrients*. 12(6). 1657. Visto el 23 de julio de 2023. <https://doi.org/10.3390/nu12061657>

Sociedad Española de Oncología Médica. (2022). *Las cifras del cáncer en España*. Editorial Sociedad Española de Oncología Médica. Madrid. ISBN: 978-84-09-38029-9 Visto el 20 de agosto de 2023.

https://www.google.com/url?client=internal-element-cse&cx=006629675154360053864:mqzn2cxzpha&q=https://seom.org/images/LAS_CIFRAS_DEL_CANCER_EN_ESPANA_2022.pdf&sa=U&ved=2ahUKEwiAsOvY-p2BAxUmVKQEHVMSBRAQFnoECAMQAg&usg=AOvVaw1ql2T2nN9QRFrMLJZdg5g7

Uber Eats: Comida a domicilio. (2014). [App móvil]. Google Play. Visto el 12 de julio de 2023. <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ubercab.eats&hl=es&gl=US>

7. REFERENCIAS LEGISLATIVAS

Resolución de 19 de julio de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo de elaboradores de productos cocinados para su venta a domicilio. Visto el 22 de julio de 2023. [https://www.boe.es/eli/es/res/2022/07/19/\(5\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2022/07/19/(5))

Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica. Visto el 23 de julio de 2023. <https://www.boe.es/eli/es/l/2022/02/25/4>

ANEXO I: ENCUESTA

Las aplicaciones de comida a domicilio y la influencia en el comportamiento del consumidor sobre el consumo de comida rápida.

Ayúdanos a conocer el perfil del consumidor a la hora de utilizar aplicaciones de servicio de reparto de comida a domicilio respondiendo la siguiente encuesta.

¿Género? *

- Mujer
- Hombre
- Prefiero no especificar
- Otra...

¿Edad? *

- Menos de 18 años
- 18 - 25
- 26 - 40
- 40 - 55
- Mayores de 55

Situación laboral *

- Con empleo
- Estudiante
- No trabajo actualmente

De la siguiente lista, ¿qué aplicaciones de reparto de comida a domicilio conoces o has oído hablar? *

- Just Eat
- Deliveroo
- Glovo
- Uber Eats
- Aplicaciones propias de locales (Burguer King, Mc Donal's, KFC, etc).
- Ninguna

De la siguiente lista, ¿qué aplicaciones de reparto de comida a domicilio has utilizado? *

- Just Eat
- Deliveroo
- Glovo
- Uber Eats
- Aplicaciones propias de locales (Burguer King, Mc Donal's, KFC, etc).
- Ninguna

Frecuencia de uso antes de la pandemia de la COVID-19. *

- No las utilizaba
- Ocasionalmente
- Una/varias veces al mes
- Una/varias veces por semana
- A diario

Frecuencia de uso durante la pandemia de la COVID-19. *

- No las he utilizado
- Ocasionalmente
- Una/varias veces al mes
- Una/varias veces por semana
- A diario

Frecuencia de uso tras la pandemia de la COVID-19. *

- No las utilizo
- Ocasionalmente
- Una/varias veces al mes
- Una/varias veces por semana
- A diario

¿Qué motivos te llevan a utilizar estas aplicaciones?

- Comodidad
- Rapidez
- Gran variedad de opciones
- No dispongo de tiempo para elaborarme mis comidas
- Precios
- Publicidad
- Ofertas
- Por necesidad del confinamiento

¿En qué entorno has empleado estas aplicaciones?

- Familiar/Personal
- Con amigos
- Laboral
- Otra...

¿Qué tipo de comida sueles encargar a través de estas aplicaciones de reparto a domicilio?

- Comida rápida
- Platos elaborados/ comida casera
- Platos saludables

¿Crees que se ofrecen suficientes alternativas saludables en estas plataformas? *

- Sí, hay suficientes
- No, me gustaría ver más

¿Consideras que se han modificado tus hábitos alimentarios con el uso de estas aplicaciones?

- Sí, de forma positiva
- Sí, de forma negativa (consumo más comida rápida o no cuido tanto mi dieta)
- No