

# LIVE Panel #10

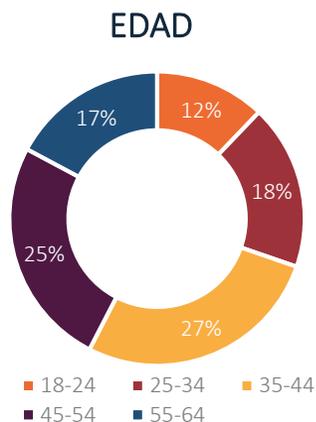
Los Foodies

Comportamiento y actitudes de los *Foodies*, otro de los 13 arquetipos de personalidad analizados por LIVE Panel, calculados a partir de un conjunto de 40 declaraciones actitudinales. Abarca a aquellos que tienen les encanta cocinar y se divierten probando nuevas comidas y restaurantes.

# Perfil de los *Foodies* españoles

En general, el perfil de los Foodies son mujeres con estudios universitarios y que viven en áreas urbanas. Tienen dos hijos de media y 1/3 de ellos son padres con hijos pequeños.

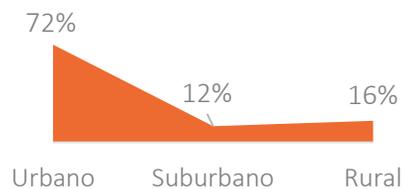
En España, el perfil es similar. Mujeres (52%) entre 35-44 años, con dos hijos, estudios superiores y que viven en zonas urbanas.



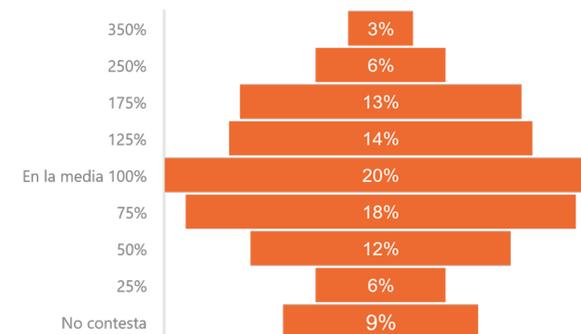
**51%**  
Tiene formación universitaria o superior

**1,75**  
Hijos de media

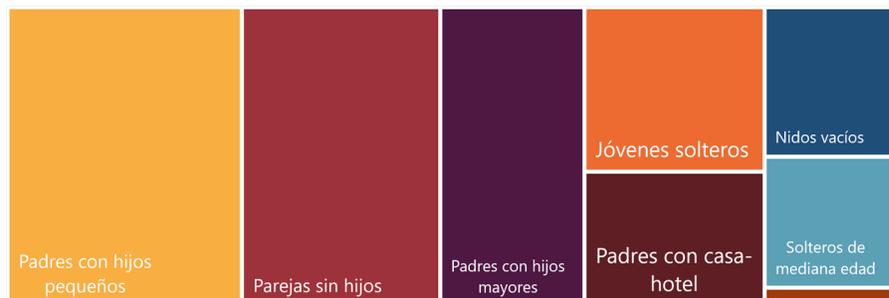
## LUGAR DE RESIDENCIA



## INGRESOS DEL HOGAR



## TIPO DE FAMILIA



Fuente: LIVE Panel 2018. Muestra: Población internauta adulta n=209.867 (49 mercados)  
Los Foodies es uno de los arquetipos de personalidad de LIVE Panel que engloba a aquellos que aman cocinar y se divierten probando nuevas comidas y restaurantes.

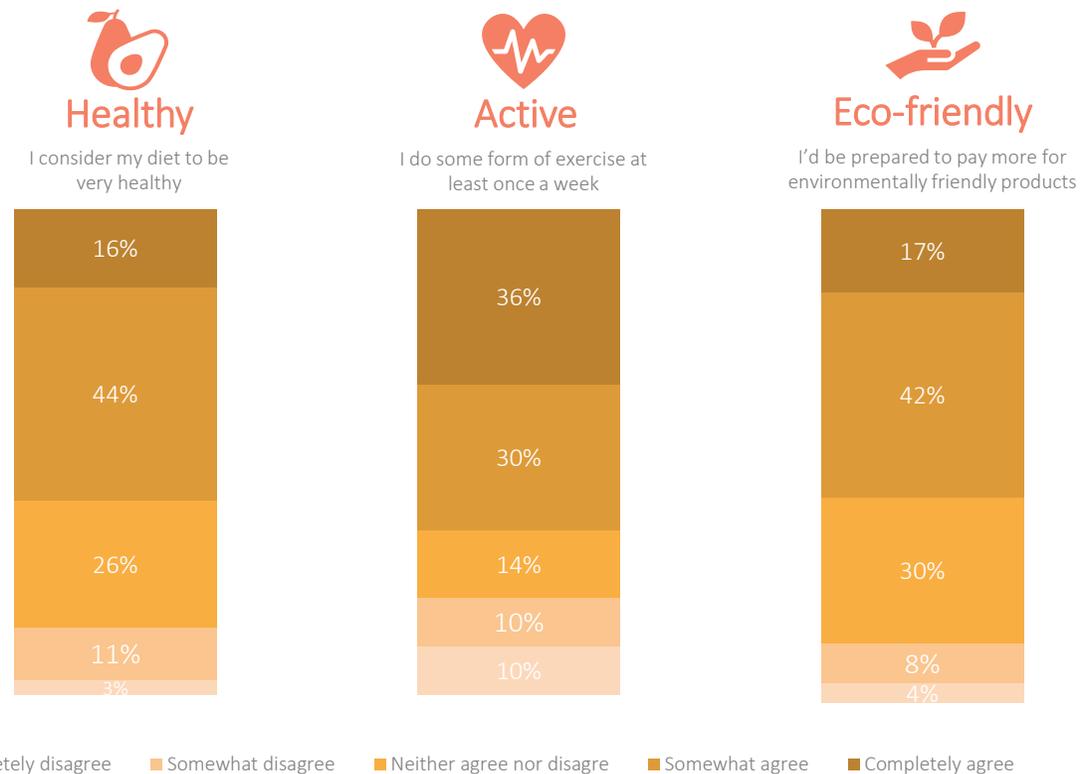
# Somos lo que comemos

% de Foodies de la población internauta

La comida es clave para estas personas y su elección de alimentos está influenciado por su cultura, puntos de vista, pasiones y personalidades.

Las personas que entran dentro de este arquetipo de los "Foodies" se caracterizan por considerar que realizan comidas saludables, son físicamente activos y ecológicos.

## Resto de españoles (no Foodies)



# Comportamiento digital de los Foodies

% de Foodies entre la población internauta que realiza lo siguiente de forma semana:

Desde blogs de recetas hasta publicaciones en Instagram, la dieta digital de los "Foodies" se alimenta de una conectividad constante. Los teléfonos inteligentes han digitalizado nuestra cultura alimentaria y esta relación digital con la comida ha abierto oportunidades para comercializar productos.



Leen blogs

39%



Escuchan podcast

32%



Comparan productos online

34%



Utilizan buscadores

89%



Suben fotos a redes sociales

36%

## Resto de españoles (no Foodies)



Leen blogs

35%



Escuchan podcast

30%



Comparan productos online

32%



Utilizan buscadores

81%



Suben fotos a redes sociales

34%



Ven programas de TV o películas en servicios de pago bajo demanda

44%



Hacen comentarios online

27%



Compran comestibles online

55%



Publican su propio blog

18%



Usan mapas para buscar direcciones

41%



Ven programas de TV o películas en servicios de pago bajo demanda

39%



Hacen comentarios online

27%



Compran comestibles online

51%



Publican su propio blog

21%



Usan mapas para buscar direcciones

38%

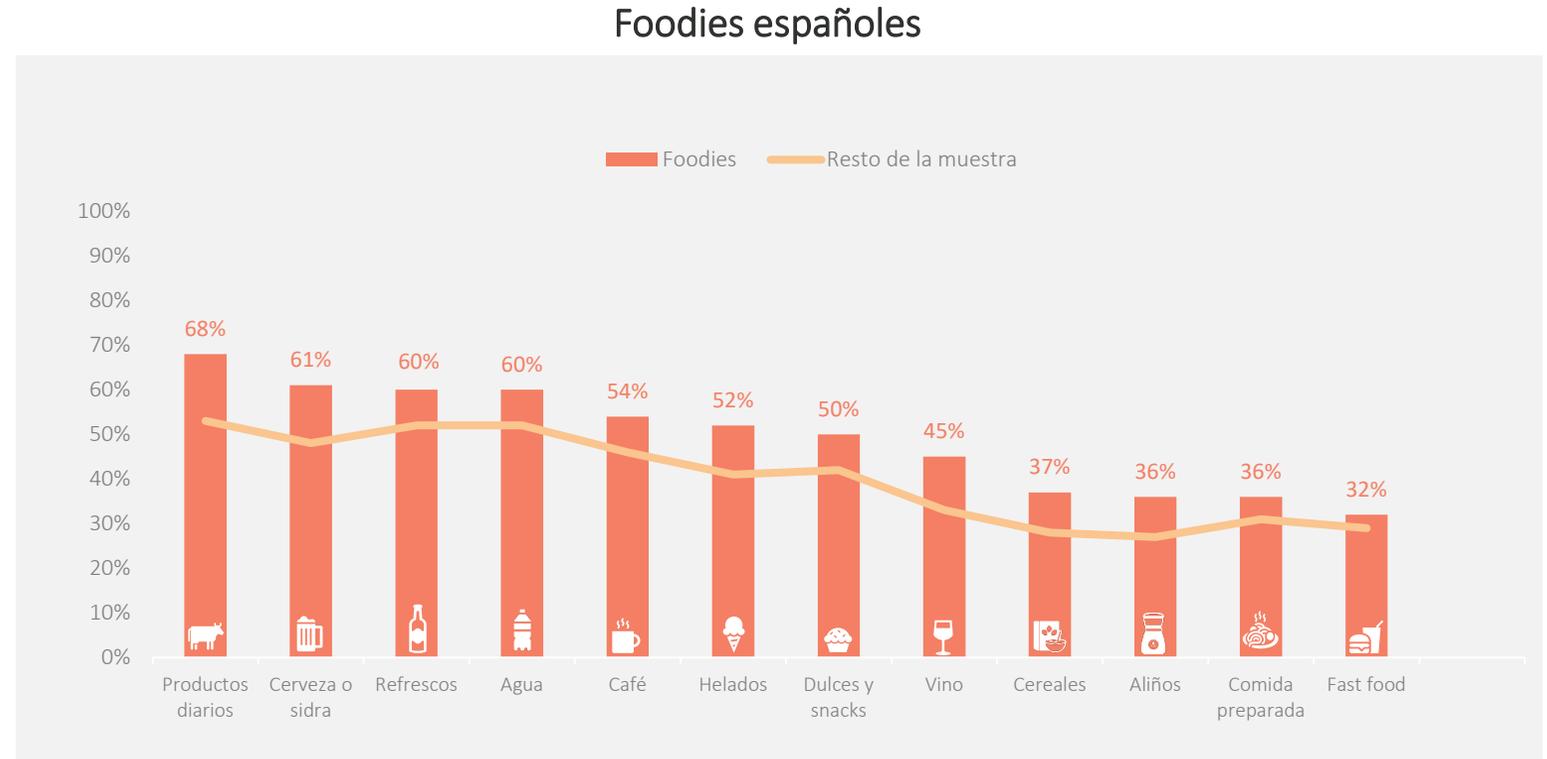
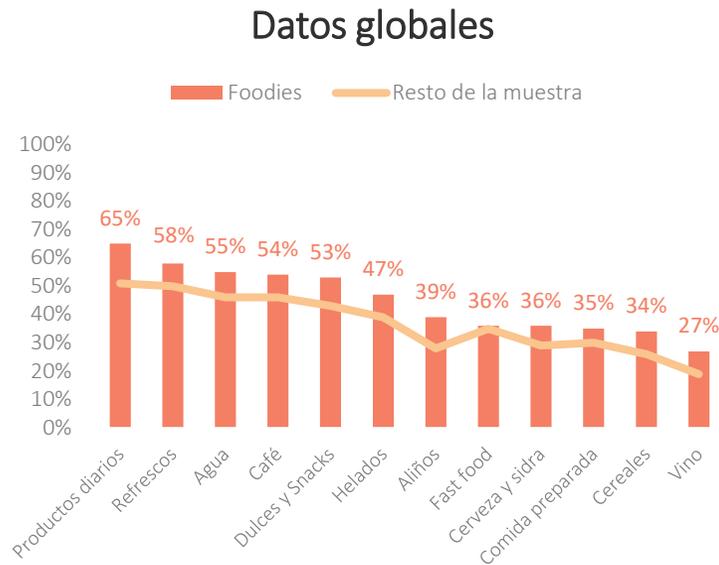
Foodies es uno de los arquetipos de personalidad derivados de 40 comportamientos y actitudes que preguntamos en LIVE Panel.

FUENTE: LIVE PANEL 2018. N=209.867 (49 MERCADOS)

Muestra: población adulta en Internet

# Las compras de alimentos y bebidas más populares de los Foodies

% de Foodies españoles que compraron las siguientes bebidas y comidas la semana pasada



Foodies es uno de los arquetipos de personalidad derivados de 40 comportamientos y actitudes que preguntamos en LIVE Panel.

FUENTE: LIVE PANEL 2018. N=209.867 (49 MERCADOS)

Muestra: población adulta en Internet

# ¿Qué es LIVE Panel?

Estudio sobre consumo de medios y compra de categorías **exclusivo de Wavemaker y GroupM.**

Consistente



Conectado a WPP



Activable

Integración a nivel individual para media activation



# FICHA TÉCNICA

Universo: internautas de 18 a 64 años

Muestra: 5.000 (España)

Metodología: online panel (Lightspeed)

LIVE Panel Global

52 países

203K panelistas

Mismo cuestionario todos países

Periodicidad: anual

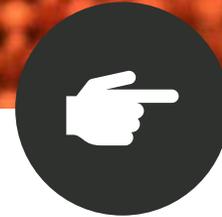
Trabajo de campo: Junio/Julio 2018



COMPRA CATEGORÍAS



CONSUMO DE MEDIOS



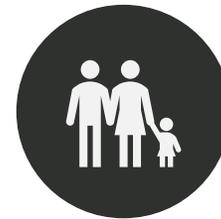
TOUCHPOINTS



COMPORTAMIENTO  
DIGITAL



PERSONALIDAD



DEMOGRÁFICOS



**¡Gracias!**