

## Los consumidores españoles, entre los que más valoran la oferta de restauración de los centros comerciales

- El 52% de los españoles considera que la comida y la bebida es un aspecto muy importante en la experiencia de compra en los centros comerciales, por encima de países como Alemania, Holanda o Reino Unido
- El gasto medio en restauración por visita es de 11,8 euros, casi al nivel del promedio europeo de 12 euros
- La hora de la comida es, con diferencia, el momento de mayor demanda (40%), por encima de la cena (24%) y el “picoteo” (21%)
- Las cadenas de restaurantes y los establecimientos de comida rápida son los establecimientos más populares, especialmente entre la franja de edad comprendida entre los 16 y los 44 años
- La relación calidad/precio es la opción más señalada por los consumidores como aspecto a mejorar (58%)

**Madrid. 3 de enero de 2016.** España es uno de los países europeos en los que los consumidores más acuden a los centros comerciales motivados por la restauración. Esta es una de las principales conclusiones del estudio Food and Beverage: El rol de la restauración en los centros comerciales españoles realizado por CBRE, primera compañía a nivel internacional en consultoría y servicios inmobiliarios.

En concreto, el 52% de los españoles considera que la comida y la bebida es un aspecto muy importante en la experiencia de compra en un centro comercial, por encima de países como Alemania, Holanda o Reino Unido que sitúan este factor por debajo del 30%. Otras variables a la hora de escoger un centro comercial son una buena ubicación (72%), la presencia de comercios concretos (68%), la correcta mezcla de tiendas y servicios (63%) o la experiencia de compra en general (53%).



Sin embargo, los consumidores españoles gastan de media 11,8 euros en comida y bebida en una visita a un centro comercial, un nivel de gasto similar al promedio europeo (12 euros) pero por debajo de países como Reino Unido (15,2) y Francia (14,7). Para el 55% de los participantes en el estudio, este gasto supone menos del 25% del desembolso total en el centro comercial. Además, la hora de la comida es, con diferencia, el momento de mayor demanda (40%), por encima de la cena (24%) y el “picoteo” (21%).

## Gasto medio por persona en la visita a un centro comercial

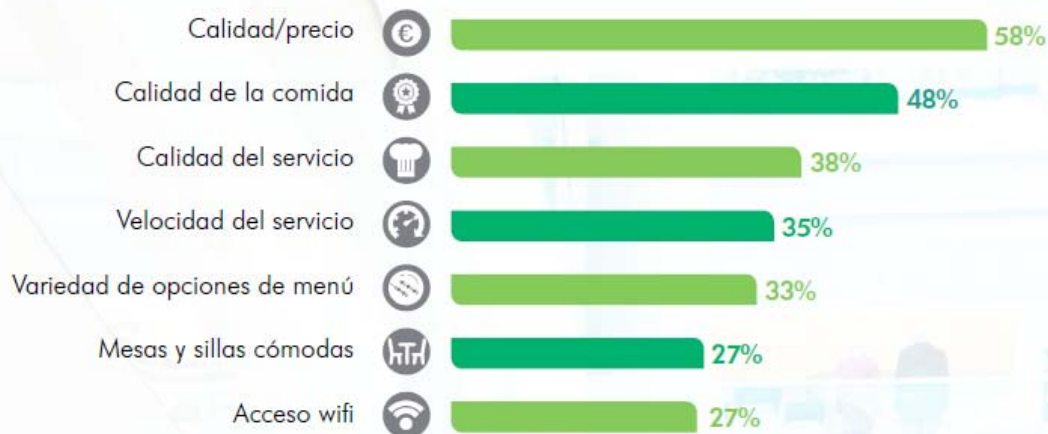


Fuente: CBRE EMEA Research.  
Consumer Survey on Food & Beverages

A la hora de preguntarles por el tipo de establecimientos que les gustaría tener en los centros comerciales, los entrevistados señalan la comida innovadora (44%), la comida sana y orgánica (41%), los restaurantes independientes (36%) y los nuevos conceptos (35%). No obstante, las cadenas de restaurantes y los establecimientos de comida rápida son las opciones más visitadas, especialmente en la franja de edad comprendida entre los 16 y los 44 años, aunque a partir de los 45 años ganan protagonismo las cafeterías y los restaurantes independientes.

Por último, en relación a los aspectos que se tendrían que mejorar en la oferta de restauración, los aspectos más destacados son la relación calidad/precio (58%), la calidad de la comida (48%), la calidad del servicio (38%), la velocidad del servicio (35%) y la variedad de opciones de menú (33%).

## ¿Qué aspectos crees que tendrían que mejorarse?



# NOTA DE PRENSA



También puedes seguirnos en:



## Acerca de CBRE

CBRE, con sede central en Los Ángeles, es la compañía de consultoría y servicios inmobiliarios líder a nivel internacional. Cuenta con más de 37.000 profesionales en más de 300 oficinas en todo el mundo (excluyendo filiales). En España está presente desde 1973, donde ofrece servicios inmobiliarios a través de 7 oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Marbella, Zaragoza y Palma de Mallorca), además de coordinar la oficina de Casablanca (Marruecos).

Los servicios de CBRE se prestan desde los siguientes departamentos: Agencia Industrial, Agencia Oficinas, Asset Management, Building Consultancy, Corporate Finance, Cross Border, Debt Advisory, Fondos de Inversión, Global Corporate Services, Hoteles, Inversiones Institucionales, Patrimonios Privados, Residencial, Retail, y Valoraciones. CBRE ha obtenido el Premio Euromoney 2012 a la mejor consultora inmobiliaria a nivel global. En 2013 CBRE fue incluida, por tercera vez, en el listado *Fortune* de las compañías más admiradas y es la única compañía del sector inmobiliario que forma parte del último índice *Fortune 500*. En España, CBRE fue designada en 2012 como la mejor compañía para trabajar del sector inmobiliario, según Actualidad Económica. Más información en [www.cbre.com](http://www.cbre.com) y [www.cbre.es](http://www.cbre.es).

CBRE es socio fundador de la ACI, Asociación de Consultoras Inmobiliarias.

## Para más información:

### CBRE

Departamento de Comunicación

91 598 19 00

### Burson-Marsteller

91 384 67 19 / 48