Miércoles, 11 de noviembre de 2026 11:10 CET

Just Eat reivindica el ‘JOMO’ como un nuevo lujo contemporáneo



- **Casi el 30 % de los pedidos en la plataforma ya son individuales, consolidando el solo dining como tendencia al alza**
- **El bienestar de estar en casa disfrutando del momento a solas impulsa la cesta de la compra con básicos de cosmética, cuidado personal y relajación**

En una rutina marcada por las agendas compartidas y la hiperconexión, reservar un momento exclusivamente para uno mismo se ha convertido en un síntoma de autocuidado. Este 11.11 sirve de marco para celebrar el placer de parar y romantizar la propia compañía. Una reivindicación del espacio personal y del JOMO (Joy of Missing Out) que encuentra en el hogar su escenario ideal.

La ‘mesa para uno’ se despoja definitivamente de clichés para transformarse en un acto de hedonismo consciente. **Casi el 30 % de las peticiones en Just Eat corresponden ya a pedidos individuales, confirmando el auge del ‘solo dining’.** Además, según una consulta realizada junto a IPSOS sobre **las mayores ventajas de comer o cenar solo en casa, el 57 %**

de los españoles sitúa como principal atractivo poder comer en el sofá viendo lo que quiera sin que nadie le juzgue. Por su parte, un 35 % celebra no tener que discutir ni negociar el menú con otra persona, mientras que un 8 % valora la tranquilidad de no tener que compartir su comida, ni sus patatas fritas con nadie. Pequeñas libertades cotidianas donde no existen compromisos y manda únicamente el criterio propio.

Esta búsqueda de calma trasciende el plato y se fusiona con el ritual del autocuidado. La integración de comercios de proximidad y supermercados en la plataforma permite diseñar una noche de desconexión completa en cuestión de minutos. **A través de la app de Just Eat, referencias cotidianas como los geles de baño aromáticos, champús, mascarillas capilares y artículos de bienestar sexual facilitan el quedarse en el momento sin que tenga que ser interrumpido.**



Para elevar esta experiencia, **la plataforma explora sinergias con marcas en el territorio del estilo de vida y la cosmética como Clarel o Platanomelón**. Just Eat une gastronomía y bienestar bajo demanda, permitiendo recibir en una única entrega desde una cena especial hasta velas aromáticas o tratamientos de belleza para redondear una noche perfecta. Una invitación a bajar el ritmo y celebrar el placer de la propia compañía.

Acerca de Just Eat Takeaway.com

Just Eat Takeaway.com (JET) es un líder global de delivery con sede en Ámsterdam. A través de un ecosistema integrado, la compañía conecta a sus partners mediante tecnología orientada a la IA (AI-first) para impulsar su crecimiento, ofrece a los repartidores la flexibilidad y oportunidades que necesitan, y brinda a los consumidores la libertad para disfrutar de cada momento.

La plataforma aprovecha la inteligencia de datos para impulsar una logística más eficiente y conectar a sus 362.000 partners con millones de usuarios en todo el mundo, ofreciendo experiencias hiperlocales e hiper personalizadas. Con presencia en 14 países, Just Eat Takeaway.com apuesta por un crecimiento sostenible impulsado por la tecnología, elevando estándares de ejecución y aprovechando la fortaleza del ecosistema de Prosus.

Datos del contacto

Jungle. True.
Reputation strategists.
justeat@truepr.es
+34 916 588 770

Copiar enlace

https://newsroom.justeattakeaway.com/es-ES/274621-just-eat-reivindica-el-jomo-como-un-nuevo-lujo-contemporaneo/