

Deliterráneo



Objetivo: mejorar el conocimiento sobre consumo en hostelería y restauración

JOSÉ MIGUEL HERRERO VELASCO

Subdirector general de Estructura de la Cadena Alimentaria. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino

Desde hace más de veinte años, el Ministerio viene estudiando el consumo de los españoles mediante distintos estudios. En este periodo se han ido produciendo avances metodológicos importantes.

Uno de los avances más importantes ha sido la apuesta por mejorar la información que teníamos sobre el consumo extradoméstico. Era una demanda que venía siendo reclamada por el sector alimentario, la hostelería y las personas que se dedican a la investigación del consumo alimentario.

Las sociedades, a medida que van desarrollándose económicamente, dedican

menos gasto a la alimentación en favor de otros consumos (ocio o tecnología, por ejemplo). También se realizan más actos de consumo fuera del hogar.

Teníamos claro que había que dar respuesta a esa demanda y diseñar estudios que fueran útiles y que sirvieran al sector.

Nos pusimos manos a la obra y comenzamos a hablar con los distintos agentes de la cadena, con empresas de investigación de mercados, con la Universidad y fuimos dando forma a los nuevos estudios del consumo extradoméstico del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.

Estos estudios son dinámicos y seguimos contando con un grupo de seguimiento en el que están representados los actores más relevantes del sector y esto nos permite ir dándoles forma de manera continua. La experiencia en este último año es altamente positiva y enriquecedora. Podemos afirmar que se ha mejorado significativamente la información que existía.

Estamos convencidos de que la información da transparencia al mercado alimentario y permite tomar decisiones empresariales, políticas y administrativas. En esta línea vamos a seguir trabajando en los próximos años.

Los dos últimos años han sido de diseño, de creación de nuevas herramientas de trabajo. Ahora ya tenemos resultados y, a partir de este momento, empezaremos a tener series que nos permitirán valorar las tendencias.

Asistimos en estos momentos a una “revolución del consumo” con motivo de la situación económica mundial. Es un momento muy interesante para analizar con detalle y de manera sosegada y rigurosa. Y es precisamente en esta coyuntura en la que es fundamental contar con información frecuente y actualizada para poder rentabilizar las estrategias empresariales.

Las herramientas que ponemos a disposición de la sociedad para conocer mejor el consumo fuera del hogar se comentan a continuación.

EL PANEL DE CONSUMO EXTRADOMÉSTICO

El estudio del consumo que se realiza en los establecimientos de hostelería/restauración, comercial y social comenzó en el año 1987 con 500 establecimientos de H/R comercial y 100 de H/R social. A partir de 1997 hasta 2004 se tuvieron 700 establecimientos de H/R comercial y 200 de social con cuatro recogidas panelizadas anuales.

En 2004 se hicieron 840 entrevistas panelizadas a establecimientos de H/R comercial y a 230 de H/R social, trimestralmente.

Desde 2005 hasta marzo de 2007 se hicieron 898 entrevistas panelizadas de H/R comercial y 365 sociales, trimestralmente.

En el año 2007 se recogen trimestralmente las de compras de 1.500 establecimientos de H/R comercial y de 300 de restauración social.

El incremento de la muestra en H/R comercial ha sido de un 67%, mientras prácticamente se mantiene el número medio de establecimientos de la H/R social.

También se ha mejorado en la toma de información, que siempre se había reali-



zado por cuestionario en soporte papel autogestionado por la empresa o bien con el suministro de facturas y albaranes a la empresa que realiza el trabajo de campo. En la actualidad se va a realizar mediante un encuestador que visita mensualmente al establecimiento colaborador para rellenar la encuesta. También se admitirá la informatización de las respuestas, si así las dispone la empresa.

La segmentación de establecimientos de H/R comercial es:

- Hoteles.
- Restaurantes.
- Cafeterías+bares.
- Consumo nocturno.
- Restauración organizada.

ESTUDIO DE H/R DESDE LAS DECLARACIONES DEL CONSUMIDOR

Creíamos necesario disponer de más información que la que nos proporcionaban los establecimientos. Pensamos que sería interesante conocer el consumo desde las declaraciones de los consumidores.

Esto nos permite dar respuesta a: cuántas veces come fuera de casa, a qué sitios ha acudido, qué ha comido, cuánto le ha costado, si lo hace habitualmente por obligación al estar el trabajo fuera del hogar o bien es por ocio, etc.

En este estudio se les pregunta a 500 personas, de edades comprendidas entre 10 años y más de 65 años, por sus comi-



das fuera del hogar durante una semana. En total hacemos 7.000 encuestas trimestrales, 28.000 encuestas anuales.

La recogida de la información se hace cumplimentando un cuestionario “on line” o rellenando un cuestionario en soporte papel para aquellas personas que no tengan ordenador.

Durante el último año hemos ido recogiendo información, pero no la hemos querido difundir hasta no tener doce meses completos para tener bien aquilataados los datos.

Las mejoras metodológicas que hemos introducido han mejorado la calidad de los datos.

No conviene perder de vista que un cambio tan importante en la metodología hace que las series históricas no sean comparables.

Se inicia, pues, una nueva época de mayor información. Una información que nos consta está siendo muy bien recibida por los que venían utilizándola habitualmente.

Esperamos que en los próximos meses sigamos recibiendo sugerencias de mejo-

ra de todos los que forman parte de la cadena alimentaria, porque como Administración Pública tenemos clara la vocación de servicio público.

OTRAS ACTUACIONES DEL MARM

Además de los nuevos estudios sobre el consumo en España, desde el Ministerio apoyamos iniciativas del sector para fomentar el diálogo y la vertebración de la cadena alimentaria que concluye en el sector Horeca.

Tenemos suscritos convenios de colaboración con la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR) y la Asociación Española de Codificación Comercial (AECOC). Todas ellas realizan esfuerzos por mejorar la interlocución de la hostelería con los fabricantes y distribuidores.

Desde FIAB se ha impulsado la feria dedicada al sector Horeca Eatin´Out. Se trata de una iniciativa bianual que comenzó en 2007 y contó con el apoyo del Ministe-

rio. Se trata de un excelente vehículo para que los fabricantes expongan sus productos más adaptados al segmento Horeca.

Desde FIAB también se está trabajando en grupos de trabajo con la FEHR (en concreto con FERCAREM, que agrupa a las empresas de restauración organizada), para desarrollar actuaciones de mejora conjunta.

Por su parte, AECOC, a través de su Comité Horeca y de su congreso anual, aborda aspectos de mejora del sector buscando una mayor eficiencia en la cadena de valor. También desde el Ministerio vemos con interés este tipo de actuaciones porque coinciden con nuestros objetivos.

En definitiva, desde el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino buscamos un sector alimentario competitivo y una cadena de comercialización eficiente y enfocada a satisfacer las demandas del consumidor español.

Teniendo en cuenta la importancia creciente del sector de hostelería y restauración en España, vamos a seguir apostando por él en los próximos años. ■