

CUADRO 2

Dónde se compran productos de gran consumo en Navidad

CADENA	PREFERENCIA COMPRA (%)
Mercadona	67
Carrefour	53
El Corte Inglés	22
Alcampo	21
Dia	19
Eroski	18
Lidl	17
Hipercor	13
Caprabo	7
Supersol	7
Carrefour Express	4
Consum	4

FUENTE: “Una Navidad marcada por el precio”. Symphony Iri Group. 2010.

coso, “y si bien ha aceptado apretarse el cinturón, no está dispuesto a renunciar a la festividad”. En este sentido, las líneas de trabajo de industria y distribución pa-

san por acercarse “a un consumidor eficiente, pero sobre todo tradicional”, dice el responsable de Kantar Worldpanel.

CELEBRARLO EN CASA

En época navideña los hogares no constituyen el único canal que altera sus hábitos. En el de hostelería y restauración (Horeca) ya se notan desde hace tiempo numerosos cambios. El trasvase del consumo desde fuera hacia dentro de los hogares no se da exclusivamente en los periodos festivos, pues ya desde el inicio de la crisis el sector notó una mayor actividad dentro de casa.

Precisamente es la reducción de clientes en hostelería lo que más preocupa en el sector: “Lo relevante no es que haya caído el consumo promedio por persona”, dice Emilio Gallego, secretario general de la Federación de Hostelería y Restaurantes (Fehr), “sino el hecho de que el

español no sustituya sus costumbres por comportamientos coyunturales; en este sentido, es preferible que acudan los mismos clientes aunque gasten menos que no que sean menos en número pero con tiques de mayor cuantía”.

Al menos ya se puede hablar de repunte en materia de negocio, pues tras 39 meses de decremento, a finales de agosto el sector hostelero creció el 0,2%. No es mucho si se compara con la evolución del hotelero, segmento que creció el 9,8%. Según el secretario de la Fehr, esta evolución modesta del sector se debe al cliente foráneo, pues el mercado interior “está gris, los clientes no salen a los restaurantes ni a tomar copas”.

Dicha tendencia atónica y deprimida tiene como resultado, según Gallego, que los negocios se estén reinventando hacia lo que él llama “conceptos asequibles, variables y lo más fraccionables que sea posible, ya que estamos ante un grave riesgo de tendencia en el consumo”.

Vino y cava procedentes de la agricultura ecológica

Una apuesta por una viticultura más sana y natural

vinos, cavas y licores
CANALS & MUNNE

Calidad tradición y modernidad

Tels.: 93 891 03 18 / 3327 - e-mail: info@canalsimunne.com - web: www.canalsimunne.com - Plaça Pau Casals Nº 6, 08770 - Sant Sadurní d'Anoia - Barcelona