

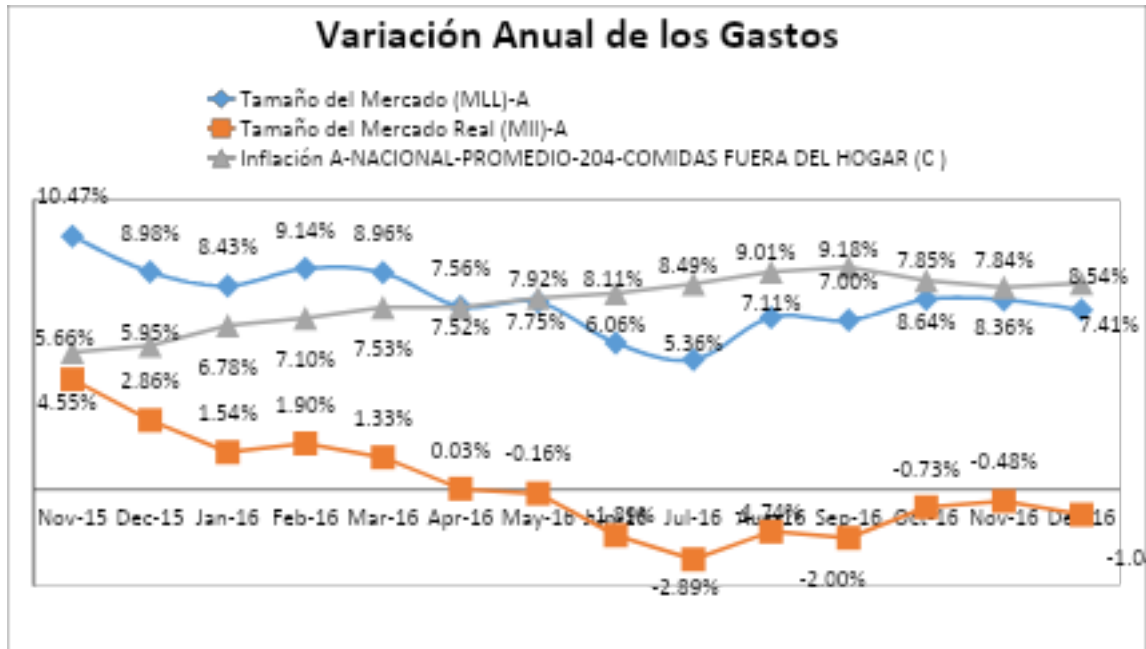
¿QUÉ PASÓ CON EL MERCADO DE COMIDAS FUERA DEL HOGAR?

No sobra decir que 2016 fue un año difícil para la economía colombiana, diciendo con ello también que ésta se vio afectada por diferentes condiciones exógenas como el fenómeno del niño, el paro camionero y la inestabilidad política proveniente de la postergación y posterior votación de los acuerdos de paz firmados entre el Gobierno Nacional y las FARC; no suficiente con ello, el cierre del año, vino con la instauración de una reforma tributaria que gravó la canasta del consumidor colombiano con un 3% más.

Sumado a la discusión en torno al salario mínimo le dejó con la sensación de estar haciendo un esfuerzo importante para comprar lo que le toca y lo que quiere, no sin antes decir, que en Diciembre en algunas zonas del país llovió más de lo habitual. Este entorno entonces nos dejó con un consumidor que contrajo su gasto. El consumidor colombiano en promedio, gastó mensualmente 1 millón de pesos, pero con ese dinero compró menos cosas que antes.

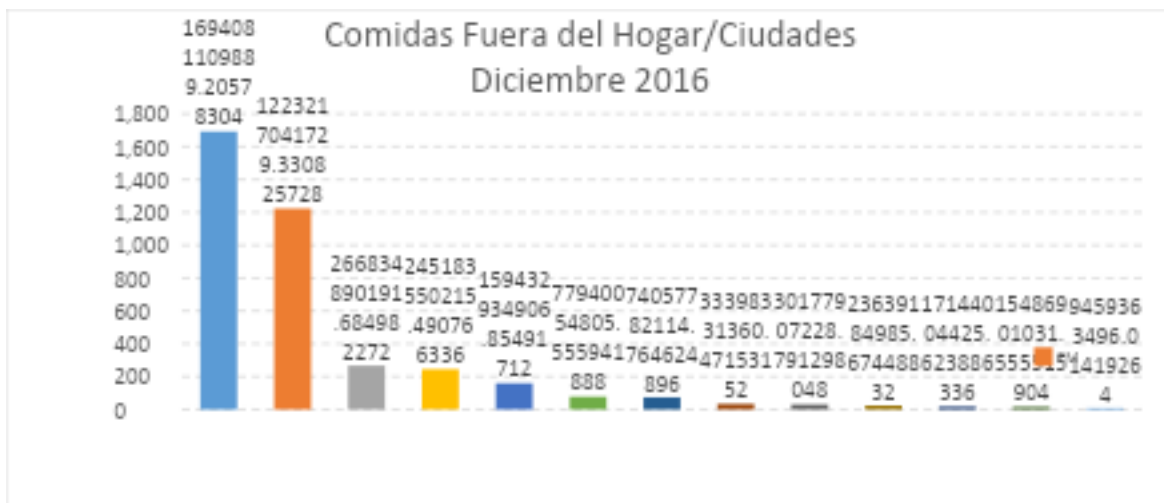
Ahora bien, en lo que respecta al mercado de Comidas fuera del hogar para el mes de Diciembre, este reportó ventas por 3,57 billones de pesos, con un acumulado para 2016 que llegó a 34,9 billones de pesos, lo cual indica que cada colombiano gastó 717 mil pesos en restaurantes durante el año, cifra interesante para un sector que durante 2016 y como muchos tuvo que lidiar con un consumidor desanimado y en situación de incertidumbre.

Aun con estas cifras, el comportamiento anual de la cantidad de platos vendidos se situó en terreno negativo, debido principalmente al aumento en los precios que experimentó el grueso de los alimentos en las tres cuartas partes del año, insumo fundamental del sector, y situación que terminó por afectar el consumo de hogares tanto dentro, como fuera del mismo; este fenómeno entonces impactó el precio final de las comidas en restaurantes de mantel y de comidas rápidas, muestra de ello es que para diciembre de 2016, las comidas fuera del hogar presentaron una inflación anual de 8.54%, ubicándose por encima del aumento de ventas, y generando una disminución en las unidades vendidas de -1,04% comparado con lo ocurrido el mismo mes del año anterior. Estuvimos entonces asistiendo a un mercado en Diciembre que estuvo por debajo de las expectativas y que se comportó en detrimento de lo sucedido en 2015.



Mensualmente, la compra de los colombianos de alimentos preparados en restaurantes aumentó 20.2% en el último mes del año, comparado con lo ocurrido en Noviembre, un comportamiento que se esperaba, pues usualmente las personas en fin de año aprovechan esta época de fiestas para invitar a sus familias a comprar alimentos en restaurantes y visitar ventas de comida rápida, realizando un gasto per cápita de 73 mil pesos en el mes en locales de comida.

Al observar el comportamiento de las ventas del mercado en el territorio nacional, todas las ciudades presentaron grandes crecimientos mensuales en la categoría de Comidas Fuera del Hogar, Bogotá, al ser la más poblada del país generó ventas mensuales por casi 1.7 billones de pesos, seguido por la ciudad de Cali con 1,2 billones de pesos. Siendo éstas, las ciudades más atractivas para emprender negocios debido a sus altos volúmenes de consumo de comida en restaurantes, comidas rápidas y helado, también las grandes capitales del país, están experimentando una expansión del deseo de los consumidores por propuestas novedosas que buscan generar experiencias únicas para el paladar.



FUENTE: GASTOMETRIA RADDAR

Los colombianos sacan de su bolsillo para gastar en el grueso de alimentos mes a mes un 33% de su ingreso; dato que se mantuvo durante el mes de diciembre. Para entender mejor y en perspectiva las diferentes categorías podemos decir que, el gasto en restaurantes del colombiano fue 6,1% de su ingreso. Siendo junto con el gasto en Carnes y derivados de la carne las categorías con más alta proporción del gasto dentro del grupo de alimentos, donde también se encuentran la compra de Hortalizas, verduras, frutas y otros alimentos para ser preparados y consumidos por el hogar.

Plato	%
ALMUERZO CORRIENTE	26.28%
PESCADO	8.72%
PECHUGA A LA PLANCHA	7.11%
ARROZ CHINO	6.97%
ARROZ CON POLLO	6.30%
SANDWICH	5.67%
SOBREBARRIGA	5.64%
HAMBURGUESA	5.20%
CARNE ASADA	4.61%
CHURRASCO	4.48%
MOJARRA	4.43%
PARRILLADA	4.33%

FUENTE: CONSUMER TRACK RADDAR

Abordando las preferencias y gustos de los colombianos a la hora de comer, los alimentos típicos, el almuerzo corriente y las comidas tradicionales son las preferidas por los colombianos a la hora de visitar y elegir en los restaurantes. Otros productos resaltados son los arroces, el sándwich y la hamburguesa, consumidos con gran regularidad por las personas según nuestra medición de lo declarado por personas consultadas en las 4 principales ciudades del país.

Categorías	IPC	
	Var. Mensual	Var. Anual
106-CARNES Y DERIVADOS DE LA CARNE (C)	0.7%	13.0%
124-PESCADO Y OTRAS DE MAR (C)	0.3%	9.1%
133-LÁCTEOS, GRASAS Y HUEVOS (C)	1.3%	7.9%
159-ALIMENTOS VARIOS (C)	1.9%	14.1%
204-COMIDAS FUERA DEL HOGAR (C)	0.9%	8.5%
205-COMIDA EN RESTAURANTE (SC)	0.9%	8.5%
209-COMIDAS RÁPIDAS (SC)	0.9%	8.5%

FUENTE: GASTOMETRIA RADDAR

Los precios de los productos relacionados con comidas fuera del hogar, la comida en restaurante y comidas rápidas experimentaron para el cierre del año 2016 un alza que se ubica alrededor del 10% de forma anual, teniendo las mayores alzas en alimentos varios, Carnes y derivados de la carne con 14.1% y 13% respectivamente.

Esos productos alimenticios son muy usados en la producción de platos, traduciéndose en una inflación anual de 8.5% para el cierre del año, sumado con 3% extra en el alza de los precios por parte de la reforma tributaria al IVA lo que generará un alza en el precio de las comidas en restaurantes superior a 12% empezando el 2017.

Esto requerirá de astucia por parte de los comerciantes del mercado de comidas fuera del hogar, para no trasladar completamente el alza en precios al consumidor y ver reducidas las ventas, sino también innovar con productos únicos, como la introducción y creación de platos provenientes de la comida típica colombiana que es tan seguida por el consumidor promedio en los restaurantes que frecuentan usualmente. Finalmente la ejecución de campañas publicitarias atractivas que recuerden al consumidor por qué prefieren ir a un restaurante específico, esto ayudara a hacer crecer las ventas de los restaurantes durante el 2017.