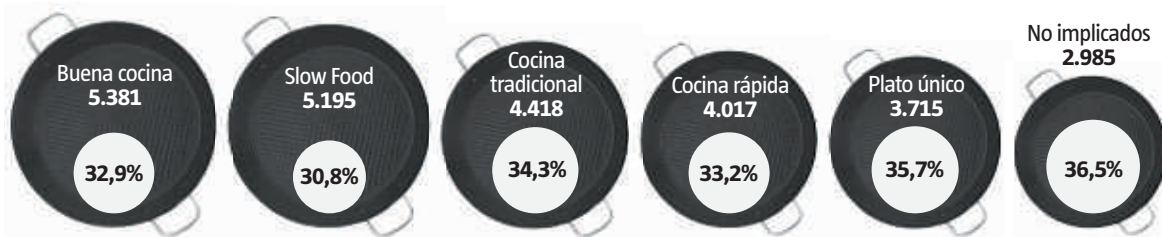


## CONSUMO

## El gasto se decide en la cocina

■ Gasto medio por hogar en alimentación en euros □ Cuota valor en marca blanca en porcentaje



Fuente: Kantar Worldpanel

LA VANGUARDIA

## DISTRIBUCIÓN

# La crisis nos devuelve a los fogones

La mitad de los españoles cocinan habitualmente y lideran el gasto familiar en la cesta de la compra

Aintzane Gastesi

La crisis ha devuelto a muchos consumidores a la cocina. La recuperación del hogar como lugar de ocio y reuniones, así como la necesidad de llevarse comida preparada al lugar de trabajo han incrementado el número de cocineros y cocineras, por ende, el número de clientes potenciales de gran consumo. Según un estudio elaborado por Kantar Worldpanel, el número de aficionados a la cocina se ha incrementado hasta el 65% de la población en el 2010, cuatro puntos más que hace una década. Incluso, destaca el informe, se ha incrementado hasta el 75% el grupo de consumidores que consultan recetas de cocina, casi diez puntos más que al principio de la década.

“Los estudios nos dicen que los hogares que más cocinan no sólo gastan más en alimentación, también incrementan el presupuesto en droguería y limpieza”, explica Nuria Moreno, directora de hábitos de consumo de Kantar Worldpanel. El estudio identifica al tipo de cocina tradicional como el que más gasta, 5.381 euros anuales por hogar, mientras que en el otro extremo, los no implicados con la cocina sólo invierten 2.985

## Gastronomía en el súper y en Facebook

Cadenas de supermercados como Caprabo o Bon Preu han desarrollado toda una estrategia gastronómica que, además, incrementa el vínculo con sus clientes. Caprabo puso en marcha el Club Social en el año 2000, que desarrolla “una actividad integral relacionada con el mundo de la gastronomía, más allá de las clases de cocina”, según explican desde la cadena. Desde su puesta en marcha, más de 30.000 personas han participado en sus talleres y actividades. La última iniciativa es una convocatoria de un concurso de cocina a través de Facebook, en el que han participado 400 recetas. Por su parte, Bon Preu abrió en el 2006 su Espai del Consum en Barcelona, donde se realizan cursos de cocina y talleres de nutrición y en el que participan unos 5.000 clientes al año. Con la crisis, han centrado parte de sus cursos y actividades en la comida de fiambra, pero también “tienen mucho éxito las catas de chocolate o de gin-tonics”, asegura Susanna Juan, responsable del Espai de Consum.



Cada vez hay más aficionados a la cocina

euros en alimentación. En total, prácticamente el 50% de los hogares españoles invierte tiempo y dinero cocinando. Entre otros, la tipología distingue entre cocina tradicional (el 17% de los hogares), cocina sana (5,7%), buena cocina (11,5%), *slow food* (4,2%) y cocina improvisada (11,7%), los que más dinero gastan en gran consumo. Los denominados poco involucrados abarcan las categorías que menos invierten en alimentación: cocina preparada (9,5%), plato único (12%), cocina rápida (10%), ocio (5,3%) y no implicados (13,2% de la población).

Los consumidores que más invierten en alimentación también son más fieles a las marcas, y la cuota de marca blanca de sus cestas de la compra es inferior: del 31% del hogar *slow food* al 37% del consumidor de comida preparada. El tipo de cocina determina, además del gasto, la cadena de supermercados que el consumidor elige para hacer la compra. Algunos establecimientos han orientado su estrategia en promocionar la gastronomía: recetas, concursos culinarios, pro-

## Los hogares que más cocinan no sólo gastan más en alimentación, también en perfumería y limpieza

puestas gastronómicas, cursos de cocina o catas de productos. “Según el tipo de clientela, a veces es más conveniente promocionar la gastronomía con este tipo de actividades que las promociones puras y duras”, aconseja Roca.

La colaboración del chef Sergi Arola con la cadena de distribución *hard discount* Lidl es un ejemplo de la estrecha colaboración entre gastronomía y distribución. Asimismo, las principales marcas de alimentación también centran parte de su estrategia en promocionar la cocina entre sus consumidores, así como en destacar las cualidades gastronómicas de sus productos a través de recetas publicadas en sus páginas web o en los propios envases de los productos.

Fernando Conde



Presidente de Newland Property Consultants y director académico del MBA en Ciencias Inmobiliarias de la UOC

## UNA RUEDA INMOBILIARIA QUE NO GIRA

Guindos obliga a los bancos a dotar 50.000 millones de euros. Buen inicio para que la rueda inmobiliaria empiece a girar. La nueva dirección que está tomando el Banco Central Europeo (BCE) en cuanto a política monetaria, también es una buena señal para la reactivación del sector financiero y por extensión del sector inmobiliario, crucial en nuestra economía.

Colaborando con entidades financieras, me encuentro con tasaciones de edificios a precios precrisis. Imagino que son tasaciones que arrastran el *pecado original* de la tasación del activo en el momento de su adjudicación. Estas tasaciones abortan cualquier tipo de transacción.

En el mercado de oficinas, las rentas han bajado un 30% (de 30 euros a 20 euros) y las rentabilidades exigidas por los inversores

han subido un 50% (del 4,5% al 6,75%). Esto implica una reducción en el valor de estos activos de algo más de un 50% (de 8.000

**El mercado de oficinas está directamente vinculado a la evolución del producto interior bruto**

euros a 3.600 euros), como así se refleja en los valores de los activos de las inmobiliarias reguladas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

Todo ello sin tener en cuenta primas de riesgo, falta de financiación, tasas de desocupación; en definitiva, que el mercado de oficinas está directamente vinculado a la evolución del producto interior bruto (PIB).

Interés por parte de los inver-

## Emergentes: cinco más once

Hay once países emergentes más allá de los cinco BRICS, que están en primera línea. El grupo 'next eleven' lo configuran Egipto, Bangladesh, Indonesia, Irán, México, Nigeria, Pakistán, Filipinas, Turquía, Corea del Sur y Vietnam.

## África, el poder demográfico

Según un informe de HSBC, África habrá multiplicado su demografía en el 2050: entonces, en Nigeria habrá tantos habitantes como en Estados Unidos, y los etíopes duplicarán a británicos y alemanes, todos estos juntos.

### PRODUCTOS FINANCIEROS

# “¿Emergentes...? No sé, no sé”

Los inversores siguen reticentes a invertir en China o India: los interpretan lejanos y desconocidos

Sergio Heredia

Los emergentes crecen a marchas forzadas: ¡la palabra *emergente* paga! Los emergentes crecen y todo juega a su favor. Su capacidad demográfica y manufacturera. Su barata mano de obra. El valor de sus monedas, tan económicas como su mano de obra. Sus materias primas. Las cifras de sus mercados, que plantean un largo y provechoso recorrido. Su tecnología. India, se sabe ya, tiene un equipo en la fórmula 1 (Force India) e incluso un Gran Premio, el de Noida, ciudad satélite a 40 kilómetros de Nueva Delhi. El problema está en los contrastes: India invirtió 280 millones de euros en el circuito, el Buddha International, inaugurado al año pasado.

Y desde sus tribunas, si uno vuelve la vista hacia la llanura que se abre más allá, advertirá los campamentos de chabolas por cuyos alrededores corretean pequeñuelos descalzos. Son los expropiados: el Gobierno les pagó 675 rupias (unos 9,72 euros) por m<sup>2</sup>, y así el circuito se ganó su espacio.

Los contrastes: los emergentes crecen. Lo hacen China, India, Rusia, Brasil, Sudáfrica y también México, Filipinas o Nigeria. Sin embargo, su desarrollo es tan desbocado como irregular. Y semejante dicotomía genera incertidumbre en el particular, que lo ve confuso. “¿Invertir en emergentes? No sé, no sé... –acostumbra a responderle un inversor a la propuesta de su agente–. La verdad es que en Estados Unidos o en Alemania me siento más seguro”.

“Es cierto. No todos aceptan invertir en un emergente. Esa maniobra sólo vale para quien asuma la alta volatilidad de la



Interior de una fábrica de automóviles de General Motors ubicada en India

ADEEL HALIM / BLOOMBERG

## Crecimiento y recesión

**El miércoles, el Banco Mundial se unió al coro global: vaticinó que el mundo seguirá creciendo en el 2012 y el 2013, aunque lo hará con menos intensidad de lo previsto. Lo hará al 2,5% en este año, y algo mejor, al 3,1%, el año que viene, lastrado por dos tendencias que van a la inversa. Los países desarrollados crecerán al 1,4%, atenuados por el lastre de la recesión europea, mientras que los emergentes se proyectarán al 5,4%, considerablemente menos que en sus cifras del 2007, donde rondaba el 8%.**

gestión. Y esa es una minoría”, dice Víctor Alvargonzález, consejero delegado de Profim, una EAFI (empresa de asesoramiento financiero independiente). “Todo lo que no conocemos nos da miedo –dice Vittorio Colussi, consejero delegado de Banco Mediolanum–. Y para muchos, los emergentes son lugares lejanos, pobres y llenos de riesgos”.

“Sus mercados se mueven a golpe de flujos. Están poco desarrollados. Lo demuestra el poco peso que tiene la capitalización de estas bolsas respecto al PIB”, dice Javier Alonso, director general de Credit Suisse Gestión, gestora de la banca privada española de Credit Suisse, mejor banco privado global del mundo en el 2012, según Euromoney. “Par-

tiendo de esas circunstancias, no es fácil que un inversor particular invierta en estos mercados, en función del peso que sus economías ya han alcanzado respecto al PIB mundial: están muy infra-

## El desarrollo de los países emergentes expresa una dicotomía: avanza desbocado e irregular

ponderados –continúa Alonso–. Generalmente, quienes mantienen una gestión bajo la forma de mandato discrecional, delegando en una entidad financiera, suelen tener más peso en su distribu-

ción de activos en estos países, cuyo potencial, en parte, también procede de la apreciación de sus divisas, consecuencia del superávit de la balanza por cuenta corriente. Son muy volátiles”.

Hay oportunidades en los emergentes. Hay datos. Aunque generan entre el 35% y el 38% del PIB mundial, sus mercados apenas suman el 19%. De modo que su recorrido es infinito, y más tras el pésimo 2011, cuando los parquets de los BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) perdieron un 25%.

“Si hubo un año en el que desaconsejábamos invertir en ellos, ese era el pasado –dice Alvargonzález–. Hasta el 2010, cuando las economías se habían recalentado: llevaban el motor pasado de vueltas, creciendo a ritmos insostenibles (a veces, a un ritmo próximo al 20% anual). Y hubo que enfriarlo. Las autoridades monetarias subieron los tipos de interés para que no entrara mucho dinero. Y sus bolsas lo notaron. Lo que pasa es que ahora, tras esas caídas, es un gran momento para entrar en ellos. Su margen es amplio...”.

Es el consultor quien debe ganarse al inversor. Hay que separar el polvo de la paja. Anticiparse a las oportunidades y asumir riesgos. “No todos están dispuestos. Sólo lo harán los perfiles más agresivos”, dice Alvargonzález.

“El consultor debe quitarle el miedo al inversor –dice Colussi–. Y debe utilizar sus argumentos: en realidad, esta no es una crisis global, sino del mundo desarrollado. Porque los emergentes, aunque se hayan ralentizado, siguen creciendo. De hecho, la mejor inversión es la diversificación. Cuantos más mercados toque el inversor, mejor: algo de Estados Unidos, algo de Europa, algo de Japón y algo de los emergentes. Sólo así se minimizan riesgos”.

sores hay, y mucho, pero a valores y financiación razonables.

### EL MERCADO RESIDENCIAL

Caso contrario sucede con los activos residenciales; cuando un promotor logra tener un piso vendido, la tasación del banco dice que el valor del piso es inferior. Todo cambia cuando el piso pertenece a la inmobiliaria del banco en cuyo caso todo son facilidades.

Pregunto: ¿si las entidades de tasación están homologadas por el Banco de España, no debería ser legalmente aceptable la ta-

sación realizada por cualquier entidad homologada? ¿Por qué los bancos se rigen sólo por sus tasadoras homologadas? Si hacen bien su trabajo, no debería haber muchas diferencias entre unas y otras.

En el mercado residencial hay,

**Las tasaciones de los bancos varían en función de si el piso es de su propiedad o bien de un promotor**

además, otro agravante: con las tasas de desempleo que hay, ¿quién se atreve a pedir un crédito? Hay que incentivar las viviendas de alquiler social. Los jóvenes de hoy tienen que tener acceso a vivienda a precios acordes a sus retribuciones y eso no pasa por la propiedad.

### APROVECHEMOS LA OCASIÓN

Hay activos sin salida, suelos con un valor residual muy bajo y gente esperando la oportunidad. Hay promotores e inversores dispuestos a trabajar y a invertir. Alquileres a 500 euros dan margen

para un negocio industrial. El Estado puede y debe seguir en el buen camino iniciado y crear vehículos que faciliten nuevos caminos de activación del mercado.

Aprovechemos la ocasión. Desde la Universidad, en el MBA en Ciencias Inmobiliarias que

**Hay activos sin salida, suelos con un valor residual muy bajo y gente esperando la oportunidad**

imparte la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), estamos estudiando distintas maneras de reactivar el sector.

Es impresionante ver cómo un grupo de alumnos con sus profesores intercambian sus puntos de vista y debaten sobre esta materia. Ideas que nacen de gente que ha capitalizado el paro para pagarse un MBA en inmobiliaria. Jóvenes que tienen una inquietud en buscar la excelencia en este sector. De profesionales que palpan cada día el mercado.

Hay mimbres y hay talento; así que, podemos.