

Día de la Hostelería 2020

MÁS DEL 73% DE LOS ESPAÑOLES CONSIDERA QUE LA HOSTELERÍA ES POCO O NADA RESPONSABLE DE LOS REBROTOS EN EL PAÍS

- Según el estudio, 3 de cada 4 españoles está deseando que pase la pandemia para acudir con normalidad a bares y restaurantes
- Además, cerca del 87% de los españoles considera positivo que, una vez superemos la pandemia, se mantengan todos los avances digitales en la hostelería
- El Día de la Hostelería 2020, iniciativa impulsada por Hostelería de España, FACYRE, Euro-Toques y MAKRO, rinde un especial homenaje al sector y presenta el “Estudio MAKRO sobre la hostelería y Consumidor”

Madrid, 13 de octubre, 2020. Hoy, 13 de octubre se conmemora el [Día de la Hostelería](#), una edición marcada por el gran impacto de la COVID-19 en el sector. La iniciativa, promovida desde hace cinco años por Hostelería de España, FACYRE, Euro-Toques y [MAKRO](#), rinde un especial homenaje a todos los hosteleros y hosteleras y presenta el “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor”¹ mediante el cual pretende contribuir a la reactivación de bares y restaurantes con el punto de vista de los consumidores.

El homenaje en el Día de la Hostelería se hace más necesario que nunca. El sector lleva meses reclamando la atención de las instituciones y poniendo de manifiesto la necesidad de apoyo para garantizar el empleo de las más de 1,7 millones de persona que trabajan en el sector. Por ello, con esta esta iniciativa, se busca contribuir a visibilizar las necesidades del sector, además de aportar información que ayude a entender a otra de las partes importantes en la ecuación: los consumidores.

El “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor” se ha presentado hoy en una rueda de prensa virtual en la que han participado Marta Blanco, presidenta Internacional CEOE y del Consejo de Turismo de CEOE; José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España; Pepa Muñoz, chef y presidenta de FACYRE; Peter Gries, director General de MAKRO; Marta Pérez Postigo, responsable de Comunicación y RSC de MAKRO; y Chema León, director de Marketing de MAKRO.

El informe muestra que más del 73% considera que la hostelería es poco o nada responsable de los rebrotos que tienen lugar en nuestro país desde el desconfinamiento de la ciudadanía.

¹ “Estudio MAKRO sobre Hostelería y Consumidor” (septiembre 2020): entrevistas CAWI a una muestra de 2.021 individuos españoles (hombres y mujeres) de entre 18 y 65 años de edad. Trabajo de campo realizado por Sonda.

Asimismo, el 75% de los españoles considera que la hostelería se está adaptando con rapidez a la nueva normalidad para poder seguir dando un buen servicio a los ciudadanos.

Los datos del estudio ponen de manifiesto además como, por nuestra forma de vida y lo integrada que está la hostelería en nuestro día a día, más de un 58% de los ciudadanos echaron en falta poder acudir a bares y a restaurantes durante el confinamiento. Es más, 3 de cada 4 españoles afirma estar desaseando que pase la pandemia para acudir más a menudo a los establecimientos hosteleros.

El consumidor, volcado con la hostelería

Asimismo, este estudio deja clara la postura del consumidor ante las necesidades de la hostelería. Al 85% de los encuestados les gustaría poder echar una mano a la hostelería española en estos tiempos tan difíciles. Y 9 de cada 10 está de acuerdo con la demanda concreta del sector para alargar las licencias de terrazas hasta finales de año.

La digitalización ha llegado para quedarse

El Observatorio también muestra que cerca del 87% de los españoles consideran positivo que, una vez superemos la pandemia, se mantengan todos los avances digitales en la hostelería, como las cartas/menús y medios de pago digitalizados. Por su parte, casi 9 de cada 10 valora positivamente que el bar o restaurante pueda contar con un sistema digital de control de aforo en el futuro.

La seguridad y la higiene, factores clave

Los consumidores consideran fundamental mantener la seguridad en bares y restaurantes. Entre las medidas implantadas por los hosteleros de nuestro país, cerca del 80% consideran muy importante el incremento de la frecuencia de limpieza y desinfección. Además de otras garantías como el control de la distancia de seguridad en el establecimiento (más del 71%); cumplir el aforo máximo (más del 56%); seguir un protocolo de seguridad entre el personal (cerca del 50%); entre otras.

Asimismo, la mitad de los españoles, desde la pandemia, tiene en cuenta el Sello “Hostelería Segura” a la hora de elegir un establecimiento.

Otras acciones en el Día de la Hostelería 2020

El Día de la Hostelería, que forma parte de un proyecto internacional de METRO AG, matriz de MAKRO, y que cuenta con el apoyo de cerca de 20 compañías relevantes para el sector -como Banco Santander, Coca-Cola, Mahou, Solán de Cabras, J&B, Unilever Food Solutions, Ariel, Fairy, Pasabahçe o Nude, entre otras- ha puesto en marcha diversas acciones durante las semanas previas para dinamizar la actividad de los hosteleros y potenciar su visibilidad.

Entre ellas, el Día de la Hostelería ha nombrado la “Ciudad más hostelera” de España. A través de las opiniones de los consumidores, se ha reconocido a Valencia como la ciudad con mayor valor y apuesta por la hostelería en nuestro país.

En definitiva, la iniciativa ha realizado una más que necesaria conmemoración en un año en el que este sector, que representa el 6,2% del PIB nacional, estima la desaparición de 1/3 de la hostelería de nuestro país a final de año, según las últimas cifras ofrecidas por Hostelería de España.

SOBRE Hostelería de España

Fundada en 1977, Hostelería de España está formada por asociaciones empresariales de hostelería de toda España, y es la única organización empresarial que representa a nivel estatal al conjunto de cerca de 280 mil empresas de restaurantes, bares, cafeterías y otros establecimientos que integran el sector de la restauración, además de los más de 30 mil locales de alojamiento. Este conjunto empresarial da trabajo a más de 1,7 millones de personas, de los que 1,2 millones pertenecen a restauración, y tiene un volumen de ventas de 129.450 millones de euros. En conjunto el sector hostelero aporta el 6,2% al PIB de la economía española.

SOBRE FACYRE

La Federación de Cocineros y Reposteros de España cuenta con más de 8.000 asociados que busca el crecimiento y reconocimiento del mundo gastronómico, protegiendo su patrimonio y fomentando los vínculos culturales, mejorando la formación profesional dentro del sector gastronómico. Asimismo, a través de FACYRE se intenta fomentar el gran patrimonio gastronómico nacional, tanto dentro de nuestras fronteras como en el extranjero.

SOBRE MAKRO

MAKRO, filial española del grupo alemán METRO, es la empresa de distribución del sector de la hostelería en España. Cuenta con más de 900.000 clientes y con 37 centros distribuidos en 15 Comunidades Autónomas. MAKRO ofrece al hostelero una experiencia de compra omnicanal con más de 42.000 productos, soluciones y servicios adaptados a sus necesidades, apostando por el producto local y por el producto fresco de calidad. En el año fiscal 2018/2019, MAKRO obtuvo unas ventas consolidadas de 1.256 millones de euros. Más información en www.makro.es

SOBRE METRO

METRO es la compañía mayorista internacional líder de productos de alimentación y no alimentación especializada en atender las necesidades de hoteles, restaurantes y caterings (HoReCa) y comercios independientes. En el mundo, METRO cuenta con 16 millones de clientes que pueden elegir entre realizar sus compras en sus establecimientos de gran formato, realizar pedidos online y recogerlos en los centros, o pedir que se lo acerquen a su establecimiento. Además, METRO apoya la competitividad de emprendedores y negocios propios mediante soluciones digitales, contribuyendo así a la diversidad cultural en el sector retail y de la hostelería. Asimismo, la sostenibilidad es un pilar clave en el negocio de METRO. Por ello, el grupo ha sido reconocido como el líder europeo en el índice de sostenibilidad de Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index). La compañía opera en 34 países y cuenta con más de 100.000 empleados en el mundo. En el año fiscal 2018/2019, METRO alcanzó unas ventas de cerca de 27.100 millones de euros. Más información en www.metroag.de

Para más información

COMUNICACIÓN MAKRO

María José Cabello Espuny mariajose.cabello@makro.es -639 080 043

AGENCIA DE COMUNICACIÓN – OGILVY

Judit Agudo: judit.agudo@ogilvy.com – 669 240 937

Aida Rodríguez: aida.rodriguez@ogilvy.com - 676 42 98 35