

Las Tendencias más Importantes en Dirigir Cambios en el Sistema de Alimentos en los Estados Unidos¹

Allen F. Wysocki²

Introducción

Esta edición se enfocará en cuatro importantes tendencias que están produciendo cambios en el sistema de distribución de alimentos en los Estados Unidos. Estas tendencias son gastos en comida, conveniencia, generación Xers y diversidad étnica.

El sistema americano de alimentos continúa sufriendo cambios significativos, y los sectores de ventas al por mayor y al por menor no son la excepción. Esta y futuras ediciones buscan enfatizar los cambios importantes que están tomando lugar en ventas de comida al por mayor y mercadeo al por menor y su significado para todos los participantes en el sistema alimenticio, incluyendo proveedores de materias primas, fabricantes, vendedores mayoristas, minoristas y consumidores. Temas en la venta de alimentos al por mayor y al por menor desde el punto de vista de supermercados y otros servicios de alimentos serán presentados en este número.

Gastos en Comida

Gastos totales en alimentos en 1998- incluyendo gastos en todos los locales minoristas tanto como comidas en hoteles, bocadillos en lugares de entretenimiento y comidas en instituciones- alcanzaron \$741.8 billones, de acuerdo a las estimaciones realizadas por el reporte del Instituto de alimentos. Este es la más amplia medida de gastos alimenticios en ambos establecimientos comerciales y no-comerciales y no incluye dinero gastado en productos no-alimenticios en supermercados, ni tampoco gastos en bebidas alcohólicas en tiendas de comida o restaurantes.

En 1997, de acuerdo a USDA, la combinación de comidas en casa y comidas fuera de la casa, ocupó solamente un 10.7% del ingreso personal. Esta fué la tercera reducción consecutiva anual. De este 10.7%, la comida en casa representó 6.6% y la comida fuera de casa representó el 4.1% restante. Comida en casa se refiere a la comida comprada en el supermercado para consumo en la casa, mientras que la comida fuera de casa se refiere a las comidas en

-
1. This document is RM003, one of a series of the Food and Resource Economics Department, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences, University of Florida. Original publication date March 2002. Reviewed October 2008. Visit the EDIS Web Site at <http://edis.ifas.ufl.edu>.
 2. Allen F. Wysocki, Departamento de Economía de Alimentos y Recursos, Servicio de Extensión Cooperativa de Florida, Instituto de Alimentos y Ciencias de Agricultura, Universidad de Florida, Gainesville, Fl. Página web de Extension: <http://webct.nerdc.ufl.edu:8910/public/wysockiextension/index.html>

El Instituto de Alimentos y Ciencias Agrícolas es un empleador que opera bajo Acción Afirmativa y provee Oportunidades Iguales, autorizado a proveer investigación, información educativa y otros servicios, únicamente a los individuos e instituciones que operan sin discriminación alguna con relación al credo, color, religión, edad, incapacidad, sexo, orientación sexual, estado civil, nacionalidad, opinión política o afiliaciones. Para más información sobre como obtener otras publicaciones de extensión, comuníquese con la oficina de Servicio de Extensión de su condado. Servicio de Extensión de la Florida / Instituto de Alimentos y Ciencias Agrícolas / Universidad de la Florida / Larry Arrington, Decano.

establecimientos y no en la casa, o comprada en un restaurante y consumida en la casa.

En comparación con otras naciones, los Estados Unidos gasta la menor proporción de su ingreso personal en comida. Canadá y la mayoría de los países europeos gastan un 14-20%, mientras que países en desarrollo gastan hasta un 50% de su ingreso personal en comida. El costo relativamente barato de la comida en los Estados Unidos actúa como un catalizador para las otras tendencias discutidas en esta edición.

Conveniencia

Mientras exista un número de mega tendencias induciendo cambios en el sistema alimenticio, quizás, la tendencia más importante es la necesidad por productos que ahorren tiempo y ofrezcan conveniencia. El ritmo de vida continúa incrementando (o eso parece para este autor). Muchos de nosotros luchan para balancear un gran número de actividades que demandan nuestra atención incluyendo trabajo, tiempo recreativo, y las actividades extracurriculares de nuestros hijos.

Quince años atrás, el tiempo promedio de preparación de la comida era aproximadamente una hora. Las comidas de los domingos, que toman de dos a tres horas para preparar, son ahora raras. Hoy, el tiempo promedio de preparación de la comida es 30 minutos. El tiempo de preparación de comida en casa se espera que reduzca. Un estudio reciente (reporte del Instituto de Alimentos) reportó que el tiempo de preparación ideal de una comida sería de 5-15 minutos para el año 2030.

La presión por reducir el tiempo de preparación de una comida afecta a los participantes en cada nivel del sistema alimenticio. Primero, los minoristas venden paquetes de productos que ofrecen soluciones prácticas (e.g. pollo rostizado y pollo en piezas en el supermercado), en vez de ingredientes regados por toda la tienda. Segundo, fabricantes siguen desarrollando productos listos para comer (e.g. mezcla de ensaladas completa con su salsa y cuscus). Y tercero, los productores constantemente buscan maneras que aumenten el rendimiento y que a la vez satisfagan al consumidor final.

Si dudas del efecto de la conveniencia en los productores, considera por un momento el crecimiento fenomenal de zanahorias completamente cortadas. En 1970, el consumo per capita de zanahorias fué de solo 5.8 libras. Para 1997, el consumo per capita ya había alcanzado 12.1 libras (USDA/ERS). La mayoría de este crecimiento ha venido de las ventas de zanahorias frescas completamente peladas.

Generación X'ers

La generación Xer es un término usado para describir a jóvenes adultos nacidos entre 1964 y 1981. Mientras algunas veces mostrados en una forma negativa, la generación Xers son discutidos acá por su influencia en el sistema alimenticio de los Estados Unidos.

Los miembros de la generación Xers son los mayores consumidores de comidas rápidas manejadas a mano, y son la primera generación dependiente en la comida rápida. Ellos piensan poco cuando van a la hamburguesería o al café local. Esto ha creado un problema porque miembros de esta generación también esperan comida de alta calidad que sea servida caliente y rápidamente.

Cuarenta por ciento de la generación Xers vienen de familias de un solo padre. Una consecuencia significativa de haber sido educado por un solo padre, es que muchas de las decisiones de compra en estos hogares son hechas por los niños. Este autor puede dar fé del nivel de dificultad envuelto en escoger un restaurante con el cual todos los miembros de una familia pueden estar de acuerdo.

Miembros de la generación Xers son también tecno-literarios. Esto significa que ellos han crecido con computadoras y se sienten muy cómodos con el incremento en el uso de tecnología en nuestras vidas. Debido a las nuevas tecnologías, el verdadero arte de anunciar y las promociones tienen poco efecto en capturar las ventas de este grupo demográfico. Puedes recordar la última vez que NO viste anuncios promocionales asociados con el website de una compañía? Las compañías deben como consecuencia encontrar nuevas ideas y estrategias para acaparar este segmento de clientes.

Diversidad Étnica

Como un autor recientemente mencionó, la amalgama de personas continúa hirviendo. Como consecuencia, los Estados Unidos sigue creciendo culturalmente en diversidad. Desde 1960, 3 de cada 5 personas agregadas a la población americana han sido no-blancos. Hoy, uno de cada cuatro americanos es de raza diferente a la blanca. Para el año 2050, uno de cada dos americanos será de otra raza diferente a la blanca. Hispanos son la minoría de más rápido crecimiento en los Estados Unidos superando a los Africano-Americanos. La población de Hispanos en los Estados Unidos se espera que incremente a 35% del total de la población de los Estados Unidos para el año 2050.

Aún sin estos anticipados cambios demográficos, los americanos están buscando nuevos platos de comida. Productores, manufacturadores y minoristas haran bien prepararse para el continuo incremento en la diversidad étnica y cambio en las preferencias del consumidor.

Conclusión

Esto concluye esta edición enfocada en las tendencias más importantes afectando el sistema alimenticio.

Sus comentarios y sugerencias son siempre bienvenidos. Contáctenme por e-mail directamente a la siguiente dirección: wysocki@ufl.edu o respondan a través de mi página web <http://webct.nerdc.ufl.edu:8910/public/WysockiExtension/index.html>. A medida que las necesidades aumenten, publicaré y responderé a comentarios y preguntas generadas por los lectores.

Referencias

The Food Institute Report. Various issues. A newspaper published 51 weeks each year by the American Institute of Food Distribution, Inc., Fairlawn, New Jersey. <http://www.foodinstitute.com>.

USDA/Economic Research Service. Food Consumption, Prices, and Expenditures, 1970-1997. <http://www.ers.usda.gov/publications/sb965>.