

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

TRABAJO FIN DE GRADO GRADO EN COMERCIO Y MARKETING

EL CONSUMO DE VINO EN LA HOSTELERÍA ASTURIANA

AUTOR: Nicolás Heres González.

Gijón, 30 de Mayo de 2020

ÍNDICE

1. Resumen.....	2
2. Introducción.....	2
2.1. El mercado del vino en España.....	2
2.2. Superficies y producción.....	3
2.3. Tipo de cultivo: seco o regadío.....	4
2.4. Consumo de vino en España.....	4
2.5. Gasto medio de vino en España.....	5
2.6. Consumo y gasto en vino fuera del hogar.....	6
3. Metodología.....	8
3.1. Lista de hipótesis.....	9
3.2. Estructura de la encuesta.....	9
4. Análisis de los resultados.....	13
4.1. Características de los restaurantes.....	13
4.2. Oferta del vino en el restaurante.....	15
4.3. Procedencia más común de cada tipo de vino.....	17
4.4. Uso del vino en el restaurante.....	17
4.5. Preferencias de consumo.....	18
4.6. Perfil del cliente.....	20
4.7. Análisis de los proveedores y clientes.....	22
4.8. Análisis en función del tipo de restaurante.....	25
5. Conclusiones.....	39
6. Bibliografía.....	42
7. Anexo I.....	43
7.1. Cuestionario de la encuesta.....	43

1. RESUMEN

Asturias es una de las comunidades autónomas españolas donde mayor es el consumo extradoméstico de vino, lo que hace que el sector de la hostelería sea uno de los más importantes y que más riqueza aporta a la economía asturiana. Con el fin de conocer de primera mano cuáles son los principales hábitos de consumo de vino dentro de la hostelería asturiana se ha realizado una encuesta denominada Consumo de Vino en Asturias (“COVIAS2020”). Se ha entrevistado a 66 restaurantes de todo el panorama asturiano, en las grandes ciudades (Gijón, Oviedo y Avilés) hasta municipios intermedios y pequeños (Cangas de Onís, Pruvia y Villaviciosa). Aspectos como el tipo de vino más consumido, las preferencias de los clientes a la hora de seleccionar el vino o el gasto medio en vino que realizan los clientes en los restaurantes son algunos de los temas que se tratan en esta investigación. Con el análisis de los resultados de esta encuesta, se dan a conocer muchos datos que reflejan la realidad sobre este sector en Asturias.

2. INTRODUCCIÓN

2.1. El mercado del vino en España

Según la Federación Española del Vino, en España el sector vitivinícola es una parte muy importante, no solo de nuestra economía, sino también de nuestra sociedad y nuestra cultura. El vino contribuye a nuestra imagen país y es un polo de atracción de visitantes y turistas. En España tenemos un sector responsable y sostenible que, con su entorno y con las personas que nos rodean, es motor de desarrollo en muchos pueblos y ciudades pequeñas de nuestra geografía y ofrece empleo de calidad. Es símbolo de tradición pero también es puntero en innovación e investigación y es el reflejo del buen hacer de miles de empresas y viticultores en todo el país (Federación Española del Vino, 2020).

El sector del vino es mucho más que sus cifras, pero aun así es bueno recordar que España cuenta con 969.000 hectáreas de viñedo (el 13% del total mundial), lo que nos hace ser el primer viñedo del mundo. Nuestra producción media anual de vino y mosto es de entre 40 y 42 millones de hectolitros, lo que nos permite ser el tercer productor mundial. Este sector aporta un gran valor a la economía ya que la facturación total de las bodegas españolas asciende a más de 7.000 millones de euros y el conjunto del sector representa alrededor del 1% del PIB (Federación Española del Vino, 2020).

En España hay cerca de 4.300 bodegas, de las que 3.075 son exportadoras. Este dato muestra la vocación internacional que tiene el sector del vino en nuestro país. Además, somos el primer exportador mundial en volumen, con algo más de 19 millones de

hectólitros y los terceros mayores exportadores del mundo en valor, con cerca de 2.313 millones de euros exportados en 2018. España es el país responsable del 25% de la producción de vino en Europa, lo que permite generar empleo en las bodegas y en el campo, pero también en otros sectores como la industria auxiliar, la hostelería o el turismo (Federación Española del Vino, 2020).

En nuestro país se elabora vino en las 17 CCAA, se considera un sector clave en la lucha contra el despoblamiento de las zonas rurales. Es un sector que está en continua evolución y mirando al futuro ya que se estima que se ha invertido de media, en el último lustro, entre 170 y 180 millones de euros al año en proyectos de I+D+i (Federación Española del Vino, 2020).

El vino forma parte de la Dieta Mediterránea y puede tener efectos beneficiosos para la salud consumiéndolo con moderación y en el contexto de una dieta equilibrada. El enoturismo atrae turismo de calidad ya que casi 3 millones de personas al año visitan las bodegas y museos de las Rutas del Vino de España, con un gasto cercano a 800 millones de euros (Federación Española del Vino, 2020).

En cuanto a la calidad del vino español, se cuenta con una amplia red de figuras de calidad reconocidas: 70 Denominaciones de Origen, 42 Indicaciones Geográficas Protegidas, 26 vinos de pago. España es líder en viñedo ecológico, con 113.412 hectáreas que producen más de 400 mil toneladas de uva de vinificación. En España hay cerca de 150 variedades autóctonas de uva plantadas. Las más cultivadas son: Airén, Tempranillo, Bobal y Garnacha tinta (Federación Española del Vino, 2020).

2.2. Superficies y producción

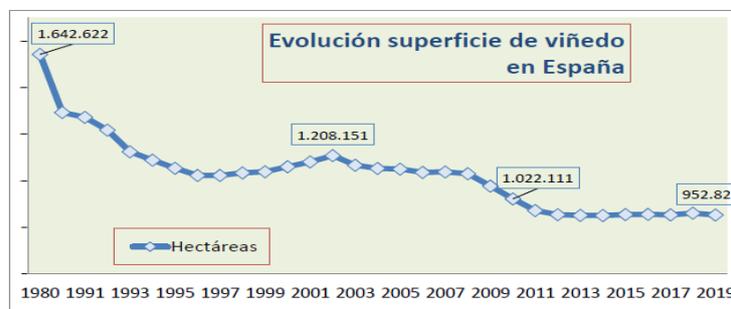
Según la “Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos ESYRCE” del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), con datos para el 2019 y analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), la superficie de viñedo de uva de transformación en España ha caído un ligero -0,83%, hasta las 952.829 hectáreas. De esas 952.829 hectáreas, el 59% o 566.303 ha (-2,8%) corresponden a secano y el 41% restante o 386.525 ha (+2,2%), a regadío (MAPA, 2019).

Por comunidades autónomas, Castilla-La Mancha posee la mayor superficie de viñedo para uva de transformación, con 468.027 hectáreas en 2019, que suponen el 49,1% de la superficie total. Con respecto al dato de 2018, registra una caída del -1,2%, o 5.782 hectáreas menos. Le siguen, de lejos, Extremadura, con 85.785 ha y ligera caída del -0,7%, Castilla y León, con 69.970 ha (+2,3%) y la Comunidad Valenciana, con 60.927

ha (-0,6%). Cataluña es la quinta comunidad autónoma en superficie de viñedo con 56.422 hectáreas (+0,8%) (MAPA, 2019).

La Rioja, sexta en el ranking, aumenta ligeramente su superficie (+0,2%), hasta las 52.789 ha. Es la última comunidad autónoma cuya superficie de viñedo está por encima de las 50.000 ha. La superficie del resto de comunidades está por debajo de las 40.000 ha (MAPA, 2019).

Gráfico 1: Evolución superficie de viñedo en España.



Fuente: OEMV

2.3. Tipo de cultivo: seco o regadío

En cuanto al tipo de cultivo, si es de seco o de regadío, los datos que ofrece el OEMV muestran que, de las 952.829 hectáreas de viñedo de vinificación existentes en España en 2019, 566.303 hectáreas corresponden a seco y 386.525 hectáreas, a regadío. Es decir, el 59,4% del total es seco y el 40,6% restante, regadío. Con respecto a 2018, el cultivo de seco ha perdido un 2,8%, mientras que el de regadío gana presencia al crecer un 2,2% y 8.504 hectáreas (MAPA, 2019).

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con mayor superficie de uva de transformación de seco con 230.512 hectáreas. En 2019, por primera vez, la superficie de regadío en Castilla La Mancha con 237.515 ha supera a la de seco, al crecer un 2,3%, por una caída del seco del 4,6%. Al igual que Castilla La Mancha, Navarra y Baleares, poseen más superficie de regadío que de seco. En 2019, Galicia y Comunidad Valenciana son las comunidades que más han aumentado su superficie de regadío y Andalucía la que más la ha reducido con una bajada del 11,5%. En cuanto al cultivo de seco, donde más se redujo en 2019 fue en Murcia con una caída del 8,7%, Comunidad Valenciana con una bajada del 5,7% y Galicia con un descenso del 3,6%. El mayor crecimiento lo presentan Navarra con un aumento del 10,8% y Baleares con un 5,4% más de cultivo de seco (MAPA, 2019).

2.4. Consumo de vino en España

Según los datos del panel de alimentación publicados recientemente por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y analizados por el Observatorio Español del Mercado del Vino (OeMv), los hogares españoles invirtieron un 4% más en vino durante 2018 hasta alcanzar los 1.045 millones de euros, 40 millones más que en 2017,

cuando el valor cayó, y es el mejor dato de los últimos 5 años. Sin embargo, el volumen consumido disminuyó un leve 2,4% hasta los 361 millones de litros, 9 millones menos, al subir el precio medio un 6,6% hasta los 2,89 €/litro, el más elevado registrado hasta la fecha (MAPA, 2019).

Los vinos con DOP lideraron esta subida y ya suponen el 56,3% de la inversión total en vino en el canal de alimentación español, con 587 millones de euros, máximo histórico. Su volumen lleva 10 años relativamente estable, con precios que no dejan de subir. El precio medio global subió un 6,6% hasta los 2,89 €/litro, el más alto hasta la fecha. El consumo de vinos con IGP creció en torno al 60% y la botella de 75 cl. representa ya más del 80% de la inversión total en vino. Sube la inversión en vino con DOP tinto y blanco a precios más altos. Los blancos han ganado bastante cuota de mercado durante los últimos años. El valor del vino creció el doble que el de la cerveza. Sube, y mucho, el consumo de sidra, con las bebidas espirituosas cayendo por tercer año consecutivo (MAPA, 2019).

2.5. Gasto medio de vino en España

Los datos sacados de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE reflejan cómo el gasto total en vino a nivel nacional ha bajado en el año 2018 respecto al 2017 según los últimos datos disponibles. El gasto en vino ha pasado de 1.590.881,55 miles de euros en el año 2017 a 1.564.951,38 en 2018, un 1,6% menos (EPF, 2018).

Tabla 1: Gasto total, gastos medios y distribución del gasto de los hogares en España y Asturias 2017 – 2018.

Gasto total, gastos medios y distribución del gasto de los hogares						
Gasto total, gastos medios y distribución porcentual del gasto según diferentes niveles de desagregación funcional						
Gasto por códigos de gasto (4 dígitos ECOICOP/EPF), según comunidad autónoma de residencia						
Unidades: Miles Euros, Euros						
	Gasto total		Gasto medio por hogar		Gasto medio por persona	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Total Nacional						
02.1.2 T Vino	1.564.951,38 ³	1.590.881,55 ³	84,01 ³	85,94 ³	33,80 ³	34,52 ³
03 Asturias, Principado de						
02.1.2 T Vino	47.512,74 ³	46.179,45 ³	104,73 ³	101,26 ³	46,86 ³	45,16 ³

Fuente: EPF

En cuanto al gasto medio por hogar, en el año 2018 el gasto cayó 2,2% con respecto al año anterior, pasando de 85,94 euros en 2017 a 84,01 en el año 2018. El gasto medio en vino por persona en el año 2018 ha caído respecto al año anterior, pasando un gasto medio de 34,52€ a 33,80 €, una caída del 2,1%. Estos datos a nivel nacional reflejan que en el año 2018 el gasto de vino en España ha caído con respecto al año anterior (EPF, 2018).

En el Principado de Asturias, a diferencia de los niveles nacionales, el gasto en vino ha aumentado en el año 2018, pasando de 46.179,45 miles de euros en 2017 a 47.512,74 miles de euros en 2018. En cuanto al gasto medio por hogar, en Asturias la cifra también ha aumentado en 2018, pasando de un gasto de 101,26€ en 2017 a 104,73€ en 2018. Esto es una clara evidencia de que en los hogares asturianos cada vez se consume más vino. En este aspecto Asturias se sitúa muy por encima de la media nacional en el gasto medio por hogar en vino, siendo la media española de 84,01€ por hogar y la de Asturias 104,73€. Hablando del gasto medio por persona, en 2018 el gasto en vino también aumenta, pasando de 45,16€ a 46,86€. Si lo comparamos con la media nacional (33,80€) el gasto medio por persona en vino en Asturias está muy por encima de la media española (EPF, 2018).

El consumo de vino por persona y año en Asturias en 2018 ha sido de 11 litros, una cifra muy elevada si tenemos en cuenta a otras comunidades autónomas. La media española se sitúa por debajo de los 8 litros por persona y año, en concreto 7,89 litros, lo que sitúa a Asturias muy por encima de la media nacional en este aspecto. Asturias es una de las comunidades autónomas punteras en el consumo de vino en España (EPF, 2018).

2.6. Consumo y gasto en vino fuera del hogar

Durante el año 2018, el consumo extradoméstico de vino y derivados fue de 202,6 millones de litros, que suponen 6 litros per cápita al año. El gasto total ascendió a 1.404,6 millones de euros, que suponen 41,9 euros de gasto per cápita. Estas cifras no recogen la demanda realizada por turistas puesto que se ciñen al consumo de residentes en España.

Gráfico 2: Evolución del consumo extradoméstico en vino y derivados, 2017- 2018 (Millones de litros.)



Fuente: MERCASA

Las consumiciones de vino y derivados llegan a 457,9 millones. Durante el último año, un 58,9% de consumidores entre 15 y 75 años han tomado vino y derivados en alguna consumición fuera del hogar. Destaca el consumo extradoméstico de vino tinto que supone un 47,1% del consumo total, un 50,2% del valor total y un 49,3% sobre el total de consumiciones realizadas en este producto. En cuanto a la evolución, durante los dos últimos años, el consumo extradoméstico de vino y derivados ha descendido un 5%, de 213,2 millones de litros en 2017 a 202,6 millones de litros en 2018. El gráfico 5, atendiendo a la estacionalidad en la demanda extradoméstica de vino y derivados,

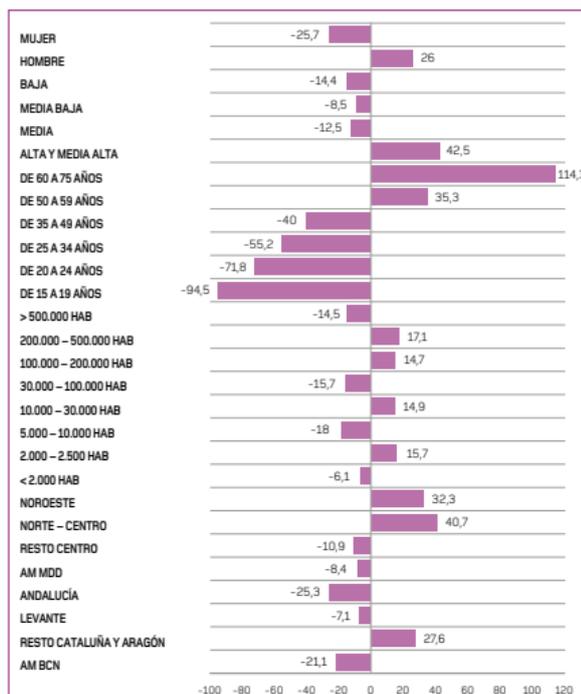
indica que el trimestre tercero tiene la mayor demanda de este producto mientras que el segundo trimestre cuenta con el consumo más reducido (MERCASA, 2020).

Existen notables diferencias en la demanda en función de características socioeconómicas de los consumidores. El gráfico resume las principales desviaciones con respecto al consumo medio extradoméstico. Las diferencias por sexo son notables y se advierte un consumo superior de vino y derivados en hombres (MERCASA, 2020).

Atendiendo a la clase social, los consumidores de clase alta y media alta tienen un consumo superior de vino y derivados fuera del hogar mientras que la menor demanda de estos productos se produce en los consumidores de clase baja (MERCASA, 2020).

Por edades, se observa que la demanda extradoméstica per cápita de vino y derivados aumenta a medida que el consumidor tiene más edad llegando al nivel máximo en individuos de 60 a 75 años mientras que las cantidades menores están en consumidores de 15 a 19 años (MERCASA, 2020).

Gráfico 3: Desviaciones en el consumo extradoméstico de vino y derivados con respecto a la media nacional (%).



Fuente: MERCASA

El hábitat de residencia del consumidor de vino y derivados no ofrece un patrón claro para la demanda extradoméstica puesto que las desviaciones se alternan con independencia del incremento del tamaño de la población. La demanda superior se observa en municipios de 200.000 a 500.000 habitantes mientras que la más reducida se asocia con municipios de 5.000 a 10.000 habitantes. Por áreas geográficas, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo extradoméstico medio en el Noroeste, Norte-centro y zonas de Cataluña y Aragón, mientras que los consumos más reducidos tienen lugar en zonas de Andalucía, área metropolitana de Madrid, en Levante y área metropolitana de Barcelona (MERCASA, 2020).

3. METODOLOGÍA

El objetivo de esta investigación es conocer cuáles son los hábitos de consumo del vino en la hostelería asturiana. Para ello se ha realizado una encuesta denominada “Consumo de Vino en Asturias” (COVIAS2020 a partir de ahora) a varios restaurantes del Principado de Asturias con el fin de conseguir una muestra lo más significativa posible que pueda reflejar la realidad del consumo del vino dentro de la hostelería la región.

La encuesta ha sido diseñada en Google Forms y enviada por correo electrónico a 94 restaurantes de los cuales han respondido 66 de ellos. La muestra se ha obtenido de distintos municipios de Asturias: Gijón, Oviedo, Avilés Cangas de Onís, Pruvia y Villaviciosa, con el fin de incorporar restaurantes de municipios grandes, intermedios y pequeños.

Los restaurantes han sido clasificados en distintos perfiles según el precio del menú: precio bajo, medio, medio-alto y precio alto. De esta forma, los de precio bajo son los que tienen un precio de menú de menos de 15€, los de precio medio son los que tienen un precio de menú entre 15€ y 20€, los de precio medio-alto son los que tienen un precio de menú entre 20€ y 30€ y los de precio alto son los que tienen un precio de menú de más de 30€.

A continuación, se adjunta la tabla que muestra el número de restaurantes de cada tipo.

Tabla 2: clasificación restaurantes encuestados.

Perfil restaurante.	Nº Restaurantes
Bajo (menos de 15€)	15
Medio (entre 15€ y 20€)	23
Medio - Alto (entre 20€ y 30€)	14
Alto (más de 30€)	13

Fuente: COVIAS2020

La encuesta ha sido realizada a través del programa informático Google Forms y ha sido enviada en dos etapas. Una primera etapa de envíos el día 5 de abril y la segunda el día 12 de abril. El cierre de la encuesta ha sido el día 15 de abril.

3.1. Lista de hipótesis

Se han realizado una serie de hipótesis que han servido como punto de partida para plantear las preguntas de la encuesta.

Hipótesis 1: el tipo de restaurante condiciona el tipo de vino ofrecido. Cada tipología de restaurante tendrá un perfil de vino.

Hipótesis 2: el precio del menú condiciona el perfil del cliente.

Hipótesis 3: el perfil del cliente determinará el vino elegido en el restaurante.

Hipótesis 4: el día de la semana condiciona el consumo de vino en el restaurante.

Hipótesis 5: el consumo de vino varía a lo largo del año.

Hipótesis 6: la relación con los clientes determina el gasto de estos en el restaurante.

Hipótesis 7: la relación entre los propietarios de los restaurantes y los proveedores varía en función del restaurante.

3.2. Estructura de la encuesta

La encuesta ha sido dividida en varios bloques de preguntas en los que se tratan diferentes aspectos de interés. Además de los temas relacionados con el vino, también se tratan otros temas muy importantes relacionados con el mundo de la hostelería.

Presentación

Se comienza con una presentación introductoria en la que se explica el tema del que trata la encuesta.

“Mi nombre es Nicolás Heres González, soy estudiante de cuarto curso del grado de Comercio y Marketing de la Universidad de Oviedo.

Este cuestionario forma parte de mi Trabajo Fin de Grado. Su finalidad es encontrar información acerca de los hábitos de consumo del vino en la hostelería asturiana. La intención es realizar este cuestionario a varios restaurantes de la región con el fin de poder obtener una muestra significativa.

Le agradecería si pudiese contestarlo para así poder conseguir información y llevar a cabo esta investigación.

No le llevará más de cinco minutos contestarlo.

Los datos serán tratados de forma totalmente anónima y confidencial.

Quería agradecerle de antemano su participación y colaboración, más en estos momentos difíciles que estamos viviendo con el COVID-19.”

Datos sobre el restaurante

En esta primera parte se hacen preguntas relacionadas con el perfil del encuestado y del restaurante.

- *¿Quién realiza el cuestionario?*
- *Edad:*
- *Nivel educativo*
- *Ciudad del establecimiento:*
- *¿Cuántos clientes aproximadamente tiene usted en una semana normal?*
- *¿Cuál es el precio medio del menú?*

Oferta del vino en el restaurante

Este bloque de preguntas está directamente relacionado con la oferta de vinos que el restaurante ofrece.

- *En su menú diario, ¿ofrece vino como bebida?*
- *En caso de ofrecer vino en su menú diario, ¿Qué vino ofrece?*
- *¿Qué tipo de vino ofrece?*
- *¿Ofrece siempre el mismo vino en el menú diario o varía en función de los platos del menú?*
- *¿A qué precio cobra usted a sus clientes el vino del menú del día?*
- *¿En su restaurante tiene carta de vinos?*
- *Dentro de su carta de vinos, ¿dispone de vinos espumosos (cava, champagne....)?*
- *¿De cuántas referencias dispone su carta de vinos?*
- *¿Qué procedencia tienen los vino de su carta?*
- *¿Dispone de más vinos tintos, blancos o rosados?*
- *¿Cuál es el precio medio de la botella de vino en su carta de vinos?*
- *¿Qué tipo de vino vende más en su restaurante?*

Procedencia más común de cada tipo de vino

Estas preguntas tienen como objetivo saber cuál es el origen de procedencia más vendido en el restaurante dependiendo del tipo de vino elegido.

- *Dentro de los tintos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?*
- *Dentro de los blancos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?*
- *Dentro de los rosados, ¿Cuál es la región de procedencia más común?*
- *Dentro de los espumosos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?*

Uso del vino en el restaurante

Hay una serie de preguntas relacionadas con el maridaje del vino dependiendo del tipo de comidas servidas.

- *¿Cree usted que la elección del vino varía dependiendo del tipo de comida que le pidan?*
- *Con el marisco, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?*
- *Con el pescado, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?*
- *Con la carne, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?*

Preferencias de consumo

En este bloque se pregunta sobre los criterios que tienen los clientes a la hora de seleccionar el vino.

- *¿Qué tipo de vinos demandan más las personas más adultas (mayores de 60 años)?*
- *¿Qué tipo de vinos demandan más las personas de edad intermedia (entre 35 y 60 años)?*
- *¿Qué tipo de vinos demandan la clientela más joven? (menores de 35 años)*
- *Hablando de precios, ¿quién cree usted que se preocupa más por el precio del vino, la clientela más joven, los de mediana edad o la clientela más adulta?*
- *¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de edad más avanzada?*
- *¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de mediana edad?*
- *¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de edad más joven?*
- *¿Qué tipo de vino le suelen pedir más en las comidas del mediodía?*
- *¿Qué tipo de vino le suelen pedir más a la hora de las cenas?*
- *¿Se suele consumir más vino en las comidas o en las cenas?*

- *A la hora de elegir el vino, ¿Quién suele ser el encargado de escoger el vino adecuado?*
- *¿Qué tipo de clientes se dejan asesorar con mayor facilidad a la hora de seleccionar el vino?*
- *Dentro de esos clientes que se dejan asesorar con mayor facilidad, ¿Suelen ser clientes mayores (mayores de 60), los de mediana edad (entre 35 y 60) o más jóvenes (menos de 35)?*
- *Los clientes que no precisan de asesoramiento, ¿a qué cree que se debe?*

Perfil del cliente

El objetivo de estas preguntas es saber acerca del tipo de clientela que frecuenta el restaurante así como sus características y preferencias respecto al vino que consumen.

- *¿Sus clientes suelen pedir vino con el menú diario?*
- *En caso de no pedirlo, ¿Qué otra bebida piden?*
- *En su restaurante, ¿Qué bebida se consume más?*
- *En caso de pedir vino, ¿suelen tomar el vino que se ofrece en el menú o piden otro de la carta?*
- *En su restaurante, ¿Cuál es el perfil más habitual de cliente?*
- *¿En qué situación le demandan más vino?*
- *¿Qué tipo de clientela es la que le suele pedir vino entre semana?*
- *Los fines de semana ¿Qué tipo de clientes le suelen pedir vino?*
- *¿Cuánto se suelen gastar de media sus clientes en vino?*
- *En su restaurante, ¿Cómo le suelen pedir más el vino?*
- *En general, ¿Considera que sus clientes son exigentes a la hora de seleccionar el vino?*

Análisis de los proveedores y clientes

Por último, se hace mención en unas preguntas finales a la relación del restaurante con sus proveedores y clientes.

- *En su restaurante, ¿Hacen siempre el mismo tipo de pedido de vino?*
- *¿Quién es el encargado o encargada de realizar los pedidos de vino?*
- *¿De qué depende principalmente el tipo de vino que compra?*
- *¿Con que periodicidad suelen realizar el pedido de vino?*
- *¿Qué grado de importancia le da a la relación que tiene el restaurante con sus proveedores?*

- *Tener una buena relación con sus proveedores, ¿Qué tipo de ventajas le puede aportar?*
- *Personalmente, ¿usted tiene buena relación con sus proveedores?*
- *¿Suele cambiar con frecuencia de proveedores o tiene unos proveedores fijos?*
- *¿Cuánto tiempo hace que ha cambiado alguno de sus proveedores?*
- *En caso de haber cambiado de proveedores con frecuencia, ¿por qué lo hace?*
- *¿Pueden sus proveedores influir en la compra de vino?*
- *¿Qué grado de importancia da a la relación con sus clientes?*
- *¿Qué cree usted que fideliza más al cliente?*
- *¿Influye la relación con los clientes y el grado de fidelidad de estos en el gasto que hagan en su restaurante?*

Esta misma estructura es la que se seguirá en el análisis de los resultados para mostrar los resultados obtenidos.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Características de los restaurantes

La encuesta ha sido realizada a 66 restaurantes de todo el panorama asturiano, desde las grandes ciudades (Gijón, Oviedo y Avilés) hasta municipios intermedios y pequeños (Cangas de Onís, Pruvia y Villaviciosa).

Los lugares donde mayores tasas de respuesta se han conseguido han sido Gijón, Oviedo y Avilés respectivamente ya que han ocupado el 84,6% de las respuestas. El restante 15,4% corresponde a las respuestas de los restaurantes de otros pequeños municipios como Gozón, Llanera, Cangas de Onís, Carreño, Salinas, Pruvia o Villaviciosa.

El 66,2% de los cuestionarios han sido realizados por los propietarios de los establecimientos y un 18,5% por los encargados/as del mismo. Solamente el 9,2% de los cuestionarios han sido respondidos por el/la maîtresse del restaurante o el camarero/a con un 1,5%. Por último, en la opción "Otro" han respondido el 4,6%.

Tabla 3: persona que contesta el cuestionario.

Opciones de respuesta	Porcentaje	Nº Respuesta
El dueño o dueña del restaurante.	66,2%	43
El/la maître del restaurante.	9,2%	6
El encargado o encargada.	18,5%	12
Un camarero/a.	1,5%	1
Otro:	4,6%	3
Total.		65

Fuente: COVIAS2020

La edad de los encuestados se concentra en la mayoría de los casos en un rango de edad entre los 40 y los 60 años con un nivel educativo medio. El 100% ha contestado tener algún tipo de estudio. Predomina, sobre todo, los que tienen una formación profesional y los que tienen estudios secundarios (ESO y/o Bachillerato). También están, aunque en menor medida, los que han contestado tener un grado, master, licenciatura, diplomatura, etc.

En cuanto al tiempo de apertura del restaurante, los hay que llevan abiertos desde hace 1 año hasta otros que llevan 175 años abiertos. La media de antigüedad entre los restaurantes encuestados es de 29 años, estando la mayoría de los establecimientos en un intervalo entre los 5 y los 30 años de antigüedad.

Tabla 4: número de clientes semanales.

Respuesta	Porcentaje	Nº Respuesta
Menos de 50.	3%	2
Entre 50 y 75.	0%	0
Entre 75 y 100.	3%	2
Entre 100 y 150.	4,5%	3
Más de 150 semanales.	89,4%	59
Total.		66

Fuente: COVIAS2020

En una semana normal alrededor del 90% de los restaurantes encuestados tienen una afluencia de más de 150 clientes. El 10% restante ha contestado tener una afluencia semanal de entre 50 y 150 clientes.

En términos generales los restaurantes asturianos tienen una gran afluencia de clientes a lo largo de una semana normal, superando en la mayoría de los casos los 150 semanales.

Tabla 5: precio medio del menú.

Respuesta	Porcentaje	Nº Respuesta
Menos de 15€.	23%	15
Entre 15€ - 20€.	35,4%	23
Entre 20€ - 30€.	21,5%	14
Más de 30€.	20%	13
Total.		65

Fuente: COVIAS2020

Según el precio medio del menú hemos diferenciado muy claramente unos tipos de restaurante con otros, habiendo dentro de los encuestados restaurantes de distinto perfil. Los resultados son bastante homogéneos, habiendo más o menos el mismo número de respuestas de cada intervalo de precios. Despuntan un poco más los restaurantes que tienen un precio de menú entre 15€ y 20€ con 23 respuestas que representa el 35,4% de las respuestas.

4.2. Oferta del vino en el restaurante

El 89,1% de los encuestados ha respondido ofrecer vino como bebida en su menú diario. En la mayoría de los casos (75%) se ofrece dos vinos distintos a elegir para satisfacer todo tipo de gustos. Solamente el 23,3% ha respondido ofrecer vino tinto con su menú diario y tan solo el 1,7% ha respondido ofrecer vino blanco.

Tabla 6: vino ofrecido en el menú.

Respuesta	Porcentaje	Nº Respuesta
Solo tinto.	23,3%	14
Solo blanco.	1,7%	1
Tinto y blanco.	75%	45
Total.		60

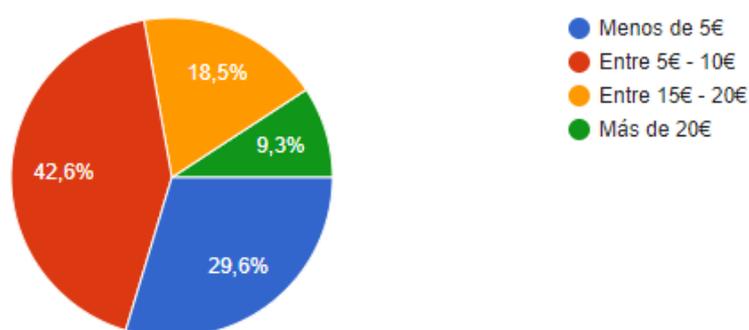
Fuente: COVIAS2020

En cuanto al tipo de vino ofrecido con el menú, la mayoría de los restaurantes (64,9%) ofrecen un vino cosechero seguido de los que ofrecen un crianza con el 28,1% de las respuestas obtenidas. También hay quienes ofrecen, aunque en menor medida, un roble, un reserva o un albariño.

La mayoría de los encuestados, el 53,3%, ofrecen siempre el mismo vino con el menú diario de su restaurante, mientras que el 46,7% de las respuestas afirman que suelen cambiar el vino dependiendo del menú.

En cuanto al precio del vino del menú, el 42,6% cobra a sus clientes entre 5€ y 10€ por el vino de su menú del día. El 29,6% lo cobra a menos de 5€ y el 18,5 % lo cobra entre 15€ y 20€. Solamente hay un 9,3% que cobra más de 20€ por el vino de su menú diario.

Gráfico 4: precio del vino del menú.



Fuente: COVIAS2020

Hoy en día la mayoría de los restaurantes tienen carta de vinos. El 90,8% de los encuestados ha respondido tener carta de vinos en su restaurante. Ante la pregunta de si disponen de vinos espumosos en su carta de vinos, el 100% de los que han afirmado tener carta de vinos, ofrecen también vinos espumosos.

En la mayoría de los casos (76,9%) los restaurantes tienen más de 20 referencias en su carta de vinos. Solamente el 12,3% ha respondido disponer de entre 15 y 20 referencias y el 3,1% tiene entre 10 y 15 referencias. El 7,7% restante corresponde a los que han respondido no tener carta de vinos.

En cuanto a la procedencia de los vinos, la mayoría de los hosteleros (64,6%) han respondido que sus vinos son mayoritariamente españoles pero que también disponen

de algunos extranjeros. El 29,2% ha respondido que todos los vinos de su carta son españoles y un 6,2% ha respondido no ofrecer carta de vinos.

El vino tinto es el tipo de vino más vendido en los restaurantes encuestados con el 92,3% de los resultados, seguido del vino blanco con el 6,2% de las respuestas. Solamente un 1,5% ha respondido que los vinos espumosos tipo cava o champagne son los más vendidos en su restaurante.

4.3. Procedencia más común de cada tipo de vino

Dentro de los vinos tintos, los vinos de Rioja y de Ribera del Duero son los más vendidos en los restaurantes encuestados. El 82,7% de los encuestados venden más vino de Rioja por un 17,3% que venden más vino de Ribera.

En cuanto a los vinos blancos, más de la mitad de los encuestados (56,6%) ha respondido que el Albariño es el vino blanco más vendido en sus restaurantes. Le sigue los vinos de Rueda con el 30,8%. El siguiente más contestado, aunque de lejos, es el Godello con un 6,6% de las respuestas. También hay otras respuestas como son los vinos generosos andaluces con solo un 1,5%, el vino blanco de Rioja con otro 1,5% y otros vinos blancos gallegos como el Ribeiro, Rías Baixas, Valderroas o Monterrey que suman el 3% de las repuestas.

El área geográfica de procedencia más común de los vinos rosados es en la mayoría de los casos los vinos de Navarra con un 37,65%. Le siguen los vinos rosados de Castilla y León con un 29,45% de las respuestas, entre los que se encuentran los vinos de Cigales, Prieto Picudo o Ribera. Los vinos de Somontano han recibido el 20,85% de las respuestas y los vinos rosados de la Rioja el 10,35%. Por último hay un 1,7% de los encuestados que ha respondido que los vinos rosados más vendidos en su restaurante proceden de Chile.

Por su parte, en cuanto a los vinos espumosos, el 85,55% ha respondido que el cava es el tipo de vino espumoso más vendido en su restaurante. Le sigue muy de lejos con un 12,85% el champagne como vino espumoso más vendido. Por último, hay un 1,5% de los encuestados que afirman que el vino espumoso más vendido en su restaurante es el lambrusco.

4.4. Uso del vino en el restaurante

El tipo de vino elegido por el cliente depende directamente del tipo de comida elegida. Así, con el marisco el vino blanco es sin duda el más consumido con el 93,8% de las respuestas. El 6,2% restante se reparte a partes iguales entre vino tinto, sidra y vinos espumosos.

Con pescados el vino más consumido, al igual que con el marisco, es el vino blanco, que ha recopilado el 95,5% de los resultados. Hay un 3% que afirma que son los tintos los vinos que más se consumen con este tipo de comida y un 1,5% ha respondido que la sidra es la bebida más consumida con el pescado.

Casi el 100% de los restaurantes encuestados han respondido que el vino tinto es el más consumido con carne. Solamente dos restaurantes han respondido que los vinos blancos son los que más se piden con carne y un restaurante ha respondido que la sidra es la bebida más consumida con este producto.

4.5. Preferencias de consumo

En cuanto a las preferencias de los clientes a la hora de seleccionar el vino, según los restaurantes encuestados las personas mayores de 60 años se decantan claramente por el vino tinto con el 90,9% de los resultados. El vino blanco, con el 9,1%, es el segundo vino más demandado por parte de este tipo de clientes.

Los que se encuentran en el intervalo de edad entre los 35 y 60 años prefieren también los vinos tintos con el 76,45%. El otro tipo de vino más demandado por los clientes de estas edades es el vino blanco con el 23,55% de los resultados.

Los resultados cambian si nos referimos al tipo de clientela más joven. Este tipo de clientes prefiere el vino blanco en sus comidas (47,75%). El siguiente más demandado por este tipo de clientela es el vino tinto con el 40,9% de los resultados y se cuelan en esta pregunta los vinos espumosos con un 9,85% y la sidra con un 1,5%.

En cuanto al precio del vino, el 60,6% de los encuestados ha respondido que la clientela más joven es la que más se preocupa por este aspecto. Los siguientes que más miran por el precio del vino son los clientes de más de 60 años con 30,3% y los que menos se preocupan son los de edades intermedias con tan solo el 9,1% de las respuestas.

La mayoría de los hosteleros ha contestado que el precio medio por botella entre los clientes de edad más avanzada está entre 15€ y 20€ con el 40,9% de los resultados. El 37,9% ha respondido que se gastan más de 20€ por botella y el 19,7% que está entre 10€ y 15€. Por último, hay un escaso 1,5% que han contestado que el precio es de menos de 10€.

Dentro de la clientela de mediana edad, la mayoría de los hosteleros ha contestado que el precio medio por botella está entre 15€ y 20€ con el 54,5% de los resultados. El 28,8% ha respondido que se gastan más de 20€ por botella y el 16,7% que está entre 10€ y 15€.

En cuanto a la clientela más joven, la mitad ha contestado que el precio medio por botella está entre 10€ y 15€. El 33,3% ha respondido que se gastan entre 15€ y 20€ por botella y el 13,6% más de 20€. Hay un 3% que han contestado que el precio es de menos de 10€.

En el 41,5% de los casos se consume más vino en las comidas. Hay un 24,6% que dice que se consume más en las cenas y un 33,8% que depende del día de la semana.

A la hora de las comidas del medio día, el vino elegido por la mayoría de los clientes es el tinto que recopila el 89,1% de las respuestas. El 10,9% restante se decanta más por el vino blanco. A la hora de cenar el vino tinto sigue siendo el favorito por los clientes con el 75,4% de los resultados. El 20% prefiere vinos blancos y el 4,6% se decanta por vinos espumosos para cenar.

En cuanto a la elección del vino, el 50% de los restaurantes encuestados ha respondido que esta decisión suele ser consensuada entre el hombre y la mujer. Hay un 47% que afirma que suelen ser los hombres los encargados de la elección del vino y un 3% que afirma que son las mujeres las encargadas de esta elección.

Los clientes que se dejan asesorar con mayor facilidad a la hora de seleccionar el vino son los hombres con el 59,1% de las respuestas obtenidas. Aunque no hay una diferencia muy significativa, según los restaurantes encuestados, las mujeres son menos receptivas a la hora de dejarse asesorar en esta aspecto con el 40,9% de los resultados. Los clientes de edades intermedias son los que se dejan asesorar con mayor facilidad con el 74,2% de las respuestas obtenidas. Los clientes más jóvenes son los siguientes que más se dejan asesorar con el 21,2% y los mayores de 60 años, con el 4,5%, son los que menos se dejan asesorar.

Por su parte, dentro de los clientes que no precisan asesoramiento, en el 51,8% de los casos se ha respondido que se debe al efecto experiencia (un vino que ya les haya gustado en su restaurante). El 24,5% afirma que se debe a que estos clientes ya tienen pensado de antemano el vino que van a consumir en el restaurante. Un 12,4% ha respondido que se debe al precio del vino y el 10,9% que se debe a que escogen el vino sobre la marcha en la carta sin esperar recomendación.

En cuanto a los días de mayor demanda de vino, el 79,7% de los restaurantes ha respondido que la demanda de vino es mayor los fines de semana. El día que más demanda hay de vino es el sábado con el 70,3% de las respuestas. El 9,4% ha respondido que es el domingo el día que más vino le demandan los clientes. El 20,3%

restante ha respondido que cuando más vino demandan los clientes es entre los días de semana de lunes a viernes.

Dentro de la semana laboral, los días que se vende más vino son los viernes con el 70,3% y los jueves con el 10,9% de los resultados respectivamente. Les siguen los lunes y los martes con el 7,8% de las respuestas cada uno y el día de la semana que menos vino se consume es el miércoles, que solo ha recibido el 3,1% de las respuestas obtenidas.

Por tipo de festivos La Navidad es sin duda el festivo en el que más aumenta el consumo de vino ya que ha recibido el 61,9% de las respuestas de los encuestados. Le sigue el verano con el 17,5% de los resultados. El tercer lugar lo ocupan las fiestas locales con el 12,7% de las respuestas obtenidas. Un 4,8% afirma que el festivo en el que se vende más vino es en Semana Santa. El 3,1% restante ha respondido que en todos los festivos por igual nota un aumento del consumo de vino.

4.6. Perfil del cliente

En este apartado se muestran los resultados de las preguntas referidas al perfil del cliente que tiene el restaurante. El objetivo de estas preguntas es saber acerca del tipo de clientela que frecuenta el restaurante así como sus características y preferencias respecto al vino que consumen y los criterios que tienen a la hora de seleccionar el vino. Este apartado abarca muchos aspectos como el tipo de vino elegido según el tipo de cliente, el encargado de seleccionar el vino o el tipo de clientela que se deja asesorar con mayor facilidad.

En cuanto al perfil de cliente más habitual en los restaurantes encuestados, el 30,8% ha respondido que los grupos de amigos son el perfil de cliente más común y un 18,7% ha afirmado que las comidas de empresa son las más comunes en sus restaurantes. El 14,6% ha contestado que las comidas de familias son las más habituales y el 11,6% que lo son las comidas y cenas de parejas. Por otra parte, también hay un 9,1% de los encuestados que afirman que lo más común en sus restaurantes son las comidas de trabajadores y un 13,5% que su perfil de cliente más habitual combina un poco a todos los anteriores dependiendo del día de la semana. Un restaurante ha respondido que los banquetes son lo más común.

En cuanto al consumo de vino, el 95,2% de los encuestados ha respondido que sus clientes suelen pedir vino con el menú diario mientras que el 4,8% ha respondido que no.

El 70,85% de los que no piden vino con el menú, eligen el agua como bebida. El 20,85% opta por la cerveza y hay un 5% que prefiere la sidra como acompañante para su comida.

Están son las bebidas más consumidas con los menús diarios de los restaurantes asturianos después del vino.

Tabla 7: bebidas más consumidas después del vino.

Respuesta	Porcentaje	Nº Respuesta
Agua.	70%	42
Cerveza.	20%	12
Sidra.	5%	3
Cerveza y agua.	1,7%	1
Cualquiera.	1,7%	1
Lo que desean.	1,7%	1
Total.		60

Fuente: COVIAS2020

En el 48,45% de los casos, la bebida más consumida en el restaurante es el vino, seguido de la sidra con un 24,5%. La tercera bebida más consumida es la cerveza con un 16,15% de las respuestas seguida del agua con un 10,8%.

A la pregunta de si los clientes suelen tomar el vino que se ofrece en el menú o piden otro de la carta, el 68,3% de los encuestados ha respondido que sus clientes suelen tomar el vino que se les ofrece con el menú mientras que el 31,7% restante ha respondido que sus clientes suelen pedir otro vino de la carta.

La situación en la que mayor es la demanda de vino es en la mayoría de los casos (60,9%) es cuando los clientes van con amigos al restaurante. La segunda situación más común entre los encuestados, con un 14,1%, es cuando los clientes van con sus compañeros de trabajo. El 12,5% ha respondido que es cuando van en pareja cuando sus clientes les demandan más vino. Un 11,2% ha respondido que siempre es elevada la demanda de vino y un 1,6% que es cuando van solos cuando más vino le demandan sus clientes.

Entre semana los grupos de amigos suelen ser los que más vino piden según el 36,9% de los encuestados. Le siguen las comidas de trabajadores con el 29,2% de los resultados y las parejas con el 13,8%. El 7,7% corresponde a consumo de familias y un 4,6% a reuniones de empresa. Por último, un 6% ha respondido que todos sus clientes

suelen pedir vino entre semana y hay un 1,5% que ha respondido que son los jubilados los que más suelen pedir vino entre semana.

Por su parte, durante el fin de semana vuelven a ser los grupos de amigos los que más vino piden con el 54,3% de los resultados. El 19% corresponde al consumo por parte de familias y el 15,9% al consumo de parejas. El 10,8% restante ha respondido que toda su clientela pide vino durante el fin de semana.

En cuanto al gasto medio en vino de sus clientes, el 57,6% de los restaurantes encuestados ha respondido que sus clientes se gastan de media entre 15€ - 20€. El 25,8% ha respondido que el gasto medio de sus clientes es de más de 20€ y un 16,7% afirma que sus clientes hacen un gasto medio de entre 10€ - 15€.

En la mayoría de los restaurantes (65,2%), los clientes suelen pedir el vino por botellas y el resto ha respondido que suele ser por copas la manera más habitual de pedir vino.

A la hora de seleccionar el vino, el 71,2% de los encuestados consideran que sus clientes son exigentes en este ámbito aunque también hay un 28,8% que, por el contrario, no considera exigentes a sus clientes a la hora de seleccionar el vino.

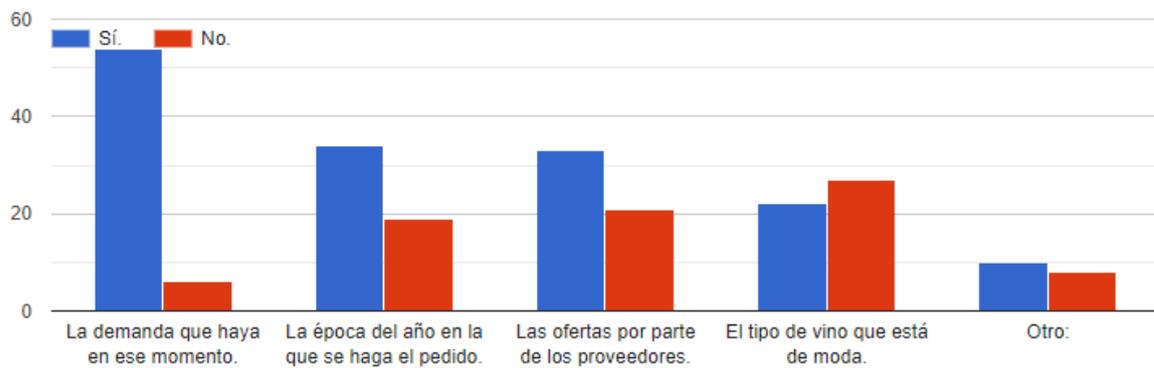
4.7. Análisis de los proveedores y clientes

En cuanto al pedido de vino, el 65,2% de los restaurantes encuestados (43) ha respondido que no siempre realiza el mismo tipo de pedido ya que depende de la época del año y de la demanda que haya en ese momento. Por el contrario, el 34,8% (23 restaurantes) ha respondido realizar siempre el mismo pedido de vino.

El encargado o encargada de realizar los pedidos de vino en la mayoría de los casos (68,2%) es el dueño/a del restaurante. Le sigue el/la maître, con el 16,7% de las respuestas, como máximo responsable a la hora de realizar el pedido. El 11,25% ha respondido que es el encargado/a el/la responsable de realizar los pedidos de vino y el 3,75% que lo es el/la sumiller del restaurante.

En cuanto a las causas que condicionan el tipo de pedido, se han puesto varias opciones de respuesta para que cada restaurante conteste la que más influye a la hora de realizar el pedido de vino. La mayoría de los restaurantes ha afirmado que la demanda que haya en ese momento es la principal causa que condiciona el tipo de pedido de vino.

Gráfico 5: variables de compra de vino.



Fuente: COVIAS2020

Le sigue la época del año en la que se haga como principal motivo del que depende el tipo de pedido y las ofertas que haya por parte de los proveedores. Por último, el tipo de vino que está de moda es el motivo que menos influye en los pedidos de vino.

Respecto a la periodicidad de los pedidos de vino, el 48,5% de los restaurantes encuestados han respondido realizar el pedido de vino una vez a la semana. Otro 48,5% ha respondido que la realización de dicho pedido depende de la demanda que haya en ese momento y hay un 3% que afirma realizar el pedido cada 15 días.

A continuación, se muestra un resumen de los principales resultados acerca de la relación de los restaurantes con sus proveedores.

El 100% de los encuestados, es decir, los 66 restaurantes, han declarado mantener una buena relación con todos sus proveedores de vino.

El 50% consideran “extremadamente importante” la relación con sus proveedores y un 44% la consideran “muy importante”. Tan solo el 6% consideran “algo importante” la relación de su restaurante con sus proveedores.

En cuanto a las ventajas que puede aportar mantener una buena relación con sus proveedores, el 67% de los restaurantes encuestados ha respondido que la mayor ventaja es que reciben más y mejores ofertas. Un 14,6% ha respondido que lo nota sobre todo en las mejores condiciones de pago que reciben por parte del proveedor y el 11,5% que lo notan sobre todo en unas mejores condiciones de envío. Por último, hay un 6,9% que afirman que una ventaja es el mejor asesoramiento del producto a vender por parte del proveedor.

La mayoría de los encuestados (97%) han respondido mantener siempre a los mismos proveedores de confianza, mientras que solo un 3% ha respondido que suele cambiarlos con frecuencia.

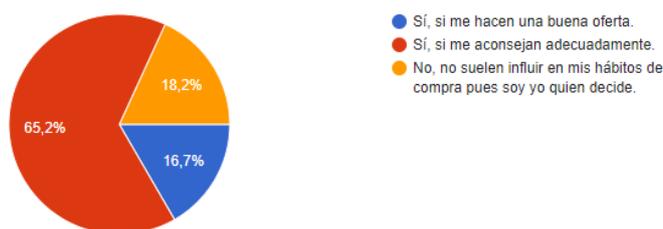
Más de la mitad (53,8%) llevan más de un año sin cambiar de proveedores. El 26,2% ha afirmado haber cambiado alguno en los últimos 6 meses y el 9,2% ha respondido haberlo hecho en el último mes. También hay un 6,2% que ha cambiado algún proveedor hace un año y solamente un 4,6% que lo ha hecho en los últimos tres meses.

El 43,4% ha preferido no decir los motivos por los que ha cambiado de proveedores, por lo que ha señalado la casilla de “no contestar”. Un 22,6% ha respondido que lo hace para comprar mejores vinos y un 7,5% lo hace por otro que le haga mejores ofertas. Un 11,3% ha respondido que cambia con frecuencia de proveedores para ofrecer nuevos productos y un 7,6% que lo hace por tener pocos proveedores. Finalmente, un 3,8% lo hace con el fin de ahorrar dinero y otro 3,8% por el mal servicio.

En cuanto a la capacidad de los proveedores para influir en la compra de vino, el 65,2% de los encuestados ha respondido que los proveedores sí que pueden influir en las compras de vino si son capaces de aconsejar adecuadamente al restaurante. El 18,2% ha respondido que en su restaurante los proveedores no influyen en las compras y un 16,7% ha contestado que pueden influir si les hacen una buena oferta.

En definitiva, mantener una buena relación con los proveedores es una labor muy importante que puede ofrecer grandes ventajas al restaurante. Así lo confirman los resultados obtenidos por los restaurantes encuestados.

Gráfico 6: influencia de proveedores en la compra de vino.



Fuente: COVIAS2020

A continuación, se muestra un resumen de los principales resultados acerca de la relación de los restaurantes con sus clientes.

En cuanto a la relación del restaurante con sus clientes, el 98,5% lo consideran un aspecto entre “extremadamente importante” (89,4%) y “muy importante” (9,1%). Solamente hay un 1,5% que lo considera “algo importante”.

Según el 80% de los encuestados, lo que más fideliza al cliente es el trato que se le da en el restaurante. Un 11,2% afirma que la oferta de comidas es el punto que más fideliza al cliente y el 7,3% que el prestigio del establecimiento es lo que más hace que repitan. Por último, hay un 1,5% que piensa que el pincho gratis que se le da con la consumición es lo que más le fideliza al restaurante.

El 74,2% (49 restaurantes) piensa que la relación restaurante–cliente está directamente relacionada con el gasto que estos hagan en el restaurante y con la frecuencia de visita, es decir, cuanto mejor sea la relación restaurante–cliente, mayor será el gasto de los clientes en el establecimiento o repetirán más veces la visita. Por el contrario, un 25,8% (17 restaurantes) ha respondido que no está directamente relacionado la relación con los clientes con el gasto que hagan en el restaurante.

En resumen, mantener una buena relación con sus clientes es también un factor clave para cualquier restaurante.

4.8. Análisis en función del tipo de restaurante

Para realizar el análisis de los resultados en función del tipo de restaurante, se han analizado las preguntas más representativas del cuestionario de la encuesta diferenciando los resultados obtenidos de cada tipo de restaurante. De esta manera, se hace una diferenciación de los resultados en función del tipo de restaurante.

A continuación, se detallan las preguntas y las diferentes respuestas obtenidas.

- **¿Qué tipo de vino ofrece?**

Al preguntar sobre el tipo de vino ofrecido en el menú lo que se pretendía averiguar es si el tipo de vino depende del tipo de restaurante y del precio del menú.

A través de la tabulación cruzada se ha averiguado que el 86,6% de los restaurantes que han contestado ofrecer un menú de menos de 15€, es decir 13 de los 15 restaurantes que han contestado esta opción, ofrecen un cosechero como vino en el menú.

De los 23 que han respondido ofrecer un menú entre 15€ y 20€, el 65,2%, es decir 15 de ellos, han contestado la opción de ofrecer un cosechero con su menú. El 34,8% restante ofrecen en su menú un crianza como vino.

De los que ofrecen un menú de entre 20€ y 30€, el 43% ofrece un vino crianza como bebida para el menú y el otro 43% ofrecen un cosechero. El 14% restante se reparte entre dos restaurantes que ofrecen un vino roble y un albariño.

Entre los que tienen un menú de más de 30€, el 70% ofrece un crianza como bebida. Solamente un 15% ofrecen un vino cosechero con su menú y el 15% restante ha contestado ofrecer un vino u otro dependiendo del tipo de menú y del gusto del cliente y vinos de reserva con su menú diario.

El tipo de vino ofrecido en el menú sí que depende directamente del tipo de restaurante y del precio del menú. Cuanto mayor sea el precio del menú, mejor será el tipo de vino ofrecido en dicho menú.

- **En su restaurante, ¿Hacen siempre el mismo tipo de pedido de vino?**

Se ha realizado una comparación de los resultados respecto al tipo de pedido de vino dependiendo del tipo de restaurante.

Restaurantes de menos de 15€: de los restaurantes encuestados que ofrecen un menú de menos de 15€, el 60% (9) ha respondido que siempre suelen realizar el mismo tipo de pedido de vino. El otro 40% (6) ha afirmado no realizar siempre el mismo tipo de pedido. A pesar de la línea general de no realizar siempre el mismo tipo de pedido, en particular los restaurantes de menos de 15€ destacan por hacer siempre el mismo pedido de vino.

Restaurantes de entre 15€ – 20€: dentro de los que ofrecen un menú del día de entre 15€ - 20€, solamente el 26% (6) ha respondido realizar siempre el mismo pedido de vino. El otro 74% (17) ha contestado variar de tipo de pedido habitualmente.

Restaurantes de entre 20€ - 30€: el 36% (5) de los restaurantes que ofrecen un menú entre 20€ - 30€ afirman realizar siempre el mismo tipo de pedido de vino. El 64% (9) de estos restaurantes han contestado no realizar siempre el mismo tipo de pedido.

Restaurantes de más de 30€: solamente el 23% (3) de los restaurantes que ofrecen un menú de más de 30€ han respondido realizar siempre el mismo tipo de pedido de vino. La gran mayoría de estos restaurantes, el 77% (10), no realizan siempre el mismo tipo de pedido.

La línea general de la mayoría de los restaurantes encuestados es la de no realizar siempre el mismo tipo de pedido de vino, salvo los restaurantes más baratos que destacan por hacer siempre el mismo tipo de pedido.

- **¿De qué depende principalmente el tipo de vino que compra?**

Con respecto a esta pregunta, se ha realizado un estudio más profundo para saber las distintas variables de las que depende el tipo de vino que se compra en función del tipo de restaurante.

La siguiente tabla resume las principales variables de las que depende la compra de vino en los restaurantes encuestados de menos de 15€ de menú.

Tabla 8: variables compra vino restaurantes menos de 15€.

Menos de 15€	Porcentaje	Nº Respuesta
La demanda que haya en ese momento.	93%	14
La época del año en la que se haga el pedido.	60%	9
Las ofertas por parte de los proveedores.	67%	10
El tipo de vino que está de moda.	40%	6
Otro.	27%	4

Fuente: COVIAS2020

La siguiente tabla resume las principales variables de las que depende la compra de vino en los restaurantes encuestados de entre 15€ - 20€ de menú.

Tabla 9: variables compra vino restaurantes 15€ - 20€.

Entre 15€ - 20€.	Porcentaje	Nº Respuesta
La demanda que haya en ese momento.	65%	15
La época del año en la que se haga el pedido.	48%	11
Las ofertas por parte de los proveedores.	43%	10
El tipo de vino que está de moda.	26%	6
Otro.	9%	2

Fuente: COVIAS2020

La siguiente tabla resume las principales variables de las que depende la compra de vino en los restaurantes encuestados de entre 20€ - 30€ de menú.

Tabla 10: variables compra vino restaurantes 20€ - 30€.

Entre 20€ - 30€.	Porcentaje	Nº Respuesta
La demanda que haya en ese momento.	93%	13
La época del año en la que se haga el pedido.	57%	8
Las ofertas por parte de los proveedores.	50%	7
El tipo de vino que está de moda.	50%	7
Otro.	7%	1

Fuente: COVIAS2020

La siguiente tabla resume las principales variables de las que depende la compra de vino en los restaurantes encuestados de más de 30€ de menú.

Tabla 11: variables compra vino restaurantes de más de 30€.

Más de 30€.	Porcentaje	Nº Respuesta
La demanda que haya en ese momento.	85%	11
La época del año en la que se haga el pedido.	46%	6
Las ofertas por parte de los proveedores.	38%	5
El tipo de vino que está de moda.	23%	3
Otro.	23%	3

Fuente: COVIAS2020

En cuanto al tipo de variable que influye más a la hora de comprar el vino, los restaurantes encuestados han contestado que la demanda que haya en ese momento es el principal factor que influye, seguido en todos los casos por la época del año en la que se haga el pedido.

- **¿Pueden sus proveedores influir en la compra de vino?**

Dentro de cada tipo de restaurante, se han analizado las diferentes respuestas que se han obtenido.

En los restaurantes que ofrecen un menú de menos de 15€, el 60% ha respondido que sí que pueden influir los proveedores si le aconsejan adecuadamente. Solamente el 13% de estos restaurantes ha respondido que sus proveedores no suelen influir en la compra de vino y el 27% restante ha contestado que sus proveedores sí que pueden influir en la compra del vino si les realizan una buena oferta.

En los restaurantes que ofrecen un menú de entre 15€ - 20€, el 74% ha respondido que sí que pueden influir los proveedores si le aconsejan adecuadamente. El 13% de estos, ha respondido que sus proveedores no suelen influir a la hora de comprar el vino y el 13% restante ha contestado que sus proveedores sí que pueden influir en la compra del vino si les realizan una buena oferta.

En los restaurantes que ofrecen un menú de entre 20€ - 30€, el 64% ha respondido que sí que pueden influir los proveedores si le aconsejan adecuadamente. El 21% ha respondido que sus proveedores no suelen influir a la hora de comprar el vino y el 15% restante ha contestado que sus proveedores sí que pueden influir en la compra del vino si les realizan una buena oferta.

En los restaurantes que ofrecen un menú de más de 30€, el 62% ha respondido que sí que pueden influir los proveedores si le aconsejan adecuadamente. El 23% ha respondido que sus proveedores no suelen influir a la hora de comprar el vino y el 15% restante ha contestado que sus proveedores sí que pueden influir en la compra del vino si les realizan una buena oferta.

La influencia que los proveedores puedan tener sobre el restaurante a la hora de comprar vino está relacionada en la mayoría de los casos con la capacidad que estos tengan de aconsejar adecuadamente al restaurante.

- **¿Qué cree usted que fideliza más al cliente?**

A partir de esta pregunta, se han ido analizando las distintas respuestas de los restaurantes para saber qué es lo que más fideliza a los clientes según el tipo de restaurante en el que nos encontremos.

Gráfico 7: fidelización clientes restaurantes menos 15€.



Fuente: COVIAS2020

Dentro de los restaurantes de menos de 15€ de menú, el 60% ha contestado que el trato que se da al cliente es lo que más le fideliza. La oferta de comidas es el segundo factor que más influye a la hora de fidelizar a sus clientes en este tipo de restaurantes con el 20% de las respuestas. Le sigue con el 13% el prestigio del establecimiento y el 7% ha respondido que el pincho de la consumición es lo que más fideliza a sus clientes.

Gráfico 8: fidelización clientes restaurantes 15€ - 20€.



Fuente: COVIAS2020

Dentro de los restaurantes de menos de entre 15€ - 20€ de menú, el 91% ha contestado que el trato que se da al cliente es lo que más le fideliza. El 9% restante ha contestado que es la oferta de comidas lo que más fideliza a sus clientes.

Gráfico 9: fidelización clientes restaurantes 20€ - 30€.

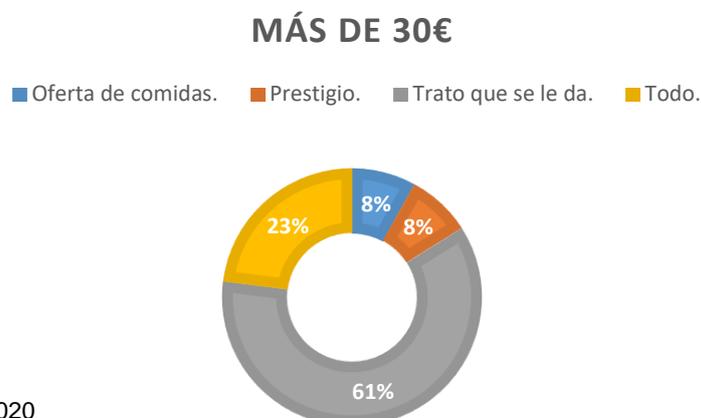


Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes de entre 20€ - 30€ de menú, los resultados obtenidos demuestran que el 86% ha contestado que lo que más fideliza a sus clientes es el trato que se les da en el restaurante. El 14% restante se reparte a partes iguales entre los que han

contestado que la oferta de comidas es lo que más fideliza a sus clientes y los que han contestado que es un cumulo de todas las respuestas.

Gráfico 10: fidelización clientes restaurantes más 30€.



Fuente: COVIAS2020

En los restaurares de más de 30€ de menú, el 61% ha respondido que lo que más fideliza a sus clientes es el trato que se les da seguido los que opinan que es un cumulo de todas las respuestas con el 23% de los resultados. El 16% restante se reparte a partes iguales entre los que han respondido la oferta de comidas y el prestigio del establecimiento.

En todos los tipos de restaurantes el factor que más fideliza a sus clientes es el trato que se le da en el restaurante. Ofrecer un buen trato a los clientes es un aspecto muy importante en hostelería ya que como se puede apreciar en los resultados obtenidos es lo que más condicionará que vuelvan a repetir la visita o no.

- **En su restaurante, ¿Cuál es el perfil más habitual de cliente?**

Resumen de los perfiles de clientes dependiendo del restaurante y del precio del menú:

Tabla 12: perfil de cliente más habitual restaurantes menos15€.

Menos de 15€	Porcentaje	Nº Respuesta
Reuniones de empresa.	13,3%	2
Trabajadores.	6,6%	1
Grupos de amigos.	26,6%	4
Parejas.	6,6%	1
Parejas, familias y amigos por igual.	6,6%	1
Familias con niños.	40%	6
Total.		15

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes cuyo precio del menú es menor de 15€, los perfiles más habituales de cliente son sobre todo las familias con niños y los grupos de amigos.

Tabla 13: perfil de cliente más habitual restaurantes 15€ - 20€.

Entre 15€ - 20€	Porcentaje	Nº Respuesta
Grupos de amigos.	56,52%	13
Trabajadores.	17,39%	4
Reuniones de empresa.	17,39%	4
Familias con niños.	4,34%	1
Variado dependiendo del día.	4,34%	1
Total.		23

Fuente: COVIAS2020

Los grupos de amigos son el perfil de cliente más habitual en los restaurantes que ofrecen un menú de entre 15€ y 20€. También es bastante habitual que frecuenten este tipo de restaurantes otros perfiles de clientes como trabajadores o para reuniones de empresa.

Tabla 14: perfil de cliente más habitual restaurantes 20€ - 30€.

Entre 20€ - 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Variado dependiendo del día.	35,7%	5
Parejas.	28,5%	4
Familias con niños.	14,2%	2
Reuniones de empresa.	7,1%	1
Grupos de amigos.	7,1%	1
Banquetes.	7,1%	1
Total.		14

Fuente: COVIAS2020

A la vista de los resultados, en los restaurantes de entre 20€ - 30€ destaca un perfil de cliente muy variado dependiendo del día de la semana. También es muy común la presencia de parejas en este tipo de restaurantes.

Tabla 15: perfil de cliente más habitual restaurantes más 30€.

Más de 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Reuniones de empresa.	38,4%	5
Parejas.	23%	3
Variado dependiendo del día.	23%	3
Grupos de amigos.	7,6%	1
Trabajadores.	7,6%	1
Total.		13

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes de más de 30€ las comidas de empresa destacan como principal perfil de cliente, aunque también son habituales las parejas y hay un porcentaje importante que ha contestado que tener un perfil de cliente muy variado dependiendo del día de la semana.

El tipo de cliente más habitual varía dependiendo de si se trata de un tipo de restaurante u otro. El precio medio del menú determina en gran medida el perfil medio de cliente que frecuenta el restaurante.

- **¿Cuánto se suelen gastar de media sus clientes en vino?**

Con respecto a esta pregunta se ha hecho un estudio a fondo de los datos obtenidos para saber el gasto medio en vino dependiendo del tipo de restaurante en el que nos situemos.

Tabla 16: gasto medio en vino restaurantes menos 15€.

Restaurantes de menos de 15€	Porcentaje	Nº Respuesta
Entre 10€ - 15€.	20%	3
Entre 15€ - 20€.	67%	10
Más de 20€.	13%	2
Total.		15

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes con un precio del menú de menos de 15€, el cliente medio se gasta en el 67% los casos entre 15€ - 20€ en vino. El 20% de estos restaurantes ha respondido

que sus clientes suelen gastar entre 10€ - 15€ y el 13% restante ha contestado que sus clientes se gastan más de 20€ en vino en su restaurante.

Tabla 17: gasto medio en vino restaurantes 15€ - 20€.

Restaurantes de entre 15€ - 20€	Porcentaje	Nº Respuesta
Entre 10€ - 15€.	22%	5
Entre 15€ - 20€.	69%	16
Más de 20€.	9%	2
Total.		23

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes con un precio del menú de entre 15€ - 20€, el cliente medio se gasta en el 69% los casos entre 15€ - 20€ en vino. El 22% de estos restaurantes ha respondido que sus clientes suelen gastar entre 10€ - 15€ y el 9% restante ha contestado que sus clientes se gastan más de 20€ en vino en su restaurante.

Tabla 18: gasto medio en vino restaurantes 20€ - 30€.

Restaurantes de entre 20€ - 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Entre 10€ - 15€.	14%	2
Entre 15€ - 20€.	64%	9
Más de 20€.	22%	3
Total.		14

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes con un precio del menú de entre 20€ - 30€, el cliente medio se gasta en el 64% los casos entre 15€ - 20€ en vino. El 22% de estos restaurantes ha respondido que sus clientes suelen gastar más de 20€ y el 14% restante ha contestado que sus clientes se gastan entre 10€ - 15€ en vino en su restaurante.

Tabla 19: gasto medio en vino restaurantes más 30€.

Restaurantes de más de 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Entre 10€ - 15€.	8%	1
Entre 15€ - 20€.	15%	2
Más de 20€.	77%	10
Total.		13

Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes con un precio del menú de más de 30€, en la mayoría de los casos (77%) el cliente medio se gasta más de 20€ en vino. El 15% de estos restaurantes ha respondido que sus clientes suelen gastar entre 15€ - 20€ y el 8% restante ha contestado que sus clientes se gastan entre 10€ - 15€ en vino en su restaurante.

Como norma general, en todos los tipos de restaurantes el gasto medio del cliente en vino está en una franja entre los 15€ y los 20€, salvo en los restaurantes más caros en los que predomina un tipo de cliente que se gasta de media en vino más de 20€.

- **En su restaurante, ¿Cuándo es mayor la demanda de vino?**

Tras realizar un estudio de las respuestas de cada tipo de restaurante, se ha llegado a las siguientes conclusiones respecto a los días de la semana que mayor es la demanda de vino.

Gráfico 11: día con mayor demanda de vino restaurantes menos 15€.



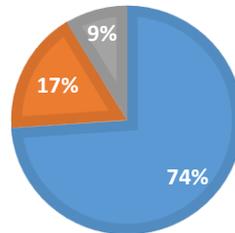
Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes de menos de 15€ la demanda de vino es mayor los fines de semana que durante la semana. El sábado, con el 53% de los resultados, es el día que mayor es la demanda de vino en este tipo de restaurantes.

Gráfico 12: día con mayor demanda de vino restaurantes 15€ - 20€.

ENTRE 15€ - 20€

■ Sábados. ■ Entre semana. ■ Domingos.



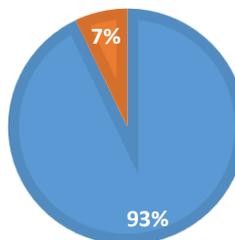
Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes cuyo precio del menú está entre 15€ - 20€ el día que mayor es la demanda de vino es el sábado con el 74% de las respuestas. El domingo es el segundo día que mayor es la demanda con el 9%. Entre todos los días de la semana laboral se suma solamente el 17% de las respuestas.

Gráfico 13: día con mayor demanda de vino restaurantes 20€ - 30€.

ENTRE 20€ - 30€

■ Sábados. ■ Entre semana.



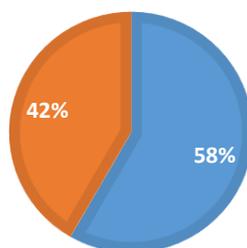
Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes en los que el precio del menú está entre 20€ - 30€ los sábados es sin duda el día que más vino se consume con el 93% de las respuestas. El 7% restante se reparte entre los días de la semana laboral de lunes a viernes.

Gráfico 14: día con mayor demanda de vino restaurantes más 30€.

MÁS DE 30€.

■ Sábados. ■ Entre semana.



Fuente: COVIAS2020

En los restaurantes que tienen un menú de más de 30€, el día que se consume más vino es los sábados con el 58% de las respuestas obtenidas. El otro 42% corresponde a los días de semana laboral como los que más vino se consume.

A la vista de los resultados, todos los tipos de restaurantes desde los más baratos hasta los más caros comparten el sábado como el día de la semana en el que mayor es el consumo de vino.

- **¿En qué tipo de festivos nota usted más un aumento en el consumo de vino?**

Respecto a los festivos, se ha hecho un análisis de las respuestas de cada tipo de restaurante en este aspecto para saber en qué tipo de festivo tienen mayor demanda de vino.

Tabla 20: festivos con mayor demanda de vino restaurantes menos 15€.

Menos de 15€	Porcentaje	Nº Respuesta
Navidad.	60%	9
Verano.	13,3%	2
Fiestas Locales.	20%	3
Semana Santa.	6,7%	1
Total.		15

Fuente: COVIAS2020

El 60% de los restaurantes de menos de 15€ de menú ha respondido que la Navidad es el festivo en el que más vino venden. El 20% de estos restaurantes ha respondido que el festivo en el que más demanda tienen de vino es en las fiestas locales. Por último, el

13,3% ha respondido el verano como la época de mayor demanda de vino y un 6,7% la Semana Santa.

Tabla 21: festivos con mayor demanda de vino restaurantes 15€ - 20€.

Entre 15€ - 20€	Porcentaje	Nº Respuesta
Navidad.	77,3%	17
Verano.	9,1%	2
Fiestas Locales.	13,6%	3
Total.		22

Fuente: COVIAS2020

El 77,3% de los restaurantes de entre 15€ - 20€ de menú ha respondido que la Navidad es el festivo en el que más vino venden. El 13,6% de estos restaurantes ha respondido que el festivo en el que más demanda tienen de vino es en las fiestas locales. Por último, el 9,1% ha respondido el verano como la época de mayor demanda de vino.

Tabla 22: festivos con mayor demanda de vino restaurantes 20€ - 30€.

Entre 20€ - 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Navidad.	57,1%	8
Verano.	14,3%	2
Fiestas Locales.	14,3%	2
Semana Santa.	7,1%	1
Todas.	7,1%	1
Total.		14

Fuente: COVIAS2020

El 57,1% de los restaurantes de entre 20€ - 30€ de menú ha respondido que la Navidad es el festivo en el que más vino venden. El 14,3% de estos restaurantes ha respondido que el festivo en el que más demanda tienen de vino es en las fiestas locales y en verano. Por último, el 7,1% ha respondido que la Semana Santa es la época de mayor demanda de vino y otro 7,1% ha respondido que en todos los festivos vende vino por igual.

Tabla 23: festivos con mayor demanda de vino restaurantes más 30€.

Más de 30€	Porcentaje	Nº Respuesta
Navidad.	63,6%	7
Verano.	27,3%	3
Semana Santa.	9,1%	1
Total.		11

Fuente: COVIAS2020

El 63,6% de los restaurantes de más de 30€ de menú ha respondido que la Navidad es el festivo en el que más vino venden. El 27,3% de estos restaurantes ha respondido que el festivo en el que más demanda tienen de vino es en verano. Por último, el 9,1% ha respondido la Semana Santa como la época de mayor demanda de vino.

La Navidad es el festivo del año en el que mayor es la demanda de vino. Las numerosas comidas y cenas que se producen en esta época del año hacen que el consumo de vino se dispare. En este aspecto coinciden todos los tipos de restaurantes, desde los más baratos hasta los de precios más elevados.

5. CONCLUSIONES

El trabajo que se ha presentado es una investigación cuyo objetivo es dar a conocer los hábitos de consumo del vino en la hostelería asturiana y conseguir acercarnos un poco más a este sector tan importante para la economía de Asturias y de España. En el campo extradoméstico, Asturias es una de las provincias españolas donde mayor es el consumo de vino, lo que hace de la hostelería uno de los principales sectores de la región.

Se ha hecho a través de una encuesta COVIAS2020 (Consumo de Vino en Asturias) que ha sido enviada por correo electrónico a 66 restaurantes del Principado de Asturias con el fin de conseguir una muestra lo más significativa posible que pueda reflejar la realidad del consumo del vino dentro de la hostelería de la región.

A partir de la muestra obtenida en esta investigación, el tipo de restaurante que predomina en Asturias es un restaurante de perfil medio con un precio de entre 15€ y 20€ y en el que el vino no puede faltar en su menú. La mayoría de restaurantes ofrecen un vino tinto cosechero aunque cuanto mayor sea el precio del menú, de mejor calidad será el vino ofrecido. Tanto en los restaurantes de menos de 15€ como en los de entre 15€ y 20€ se suele ofrecer un vino cosechero con el menú en la mayoría de los casos. Por su parte, en los restaurantes de entre 20€ y 30€ predomina a partes iguales el ofrecer un vino cosechero o un crianza y en los de más de 30€ el vino que predomina es un vino de crianza.

Por lo general, el vino es la bebida más consumida en los restaurantes asturianos seguido por la sidra y la cerveza respectivamente. En cuanto a la procedencia de los vinos, en las cartas de los restaurantes asturianos predominan los vinos españoles con un precio medio por botella de entre 10€ y 20€.

Por tipología de vinos, los tintos más vendidos son los de Rioja y Ribera del Duero. El Albariño y los vinos blancos de Rueda son los más consumidos dentro de los vinos blancos. El área geográfica de procedencia más común de los vinos rosados son los vinos de Navarra y de Castilla y León. En cuanto a los vinos espumosos, el cava es el más consumido en los restaurantes de la región.

El tipo de maridaje cambia dependiendo del tipo de comida de forma que, con las carnes predominan los vinos tintos y con los pescados y mariscos predomina el vino blanco.

En cuanto al perfil del cliente habitual de los restaurantes entrevistados, predominan los grupos de amigos como perfil más común tanto entre semana como en fines de semana.

Sin embargo cabe señalar que los perfiles más habituales de clientes en los restaurantes más baratos son las familias con niños. Los grupos de amigos son el perfil de cliente más habitual en los restaurantes de precio intermedio. En los restaurantes de perfil medio - alto destaca un tipo de cliente muy variado dependiendo del día de la semana, siendo lo más común la presencia de parejas en este tipo de restaurantes. Por su parte, en los de precios más altos, las comidas de empresa destacan como principal perfil de cliente, aunque también son habituales las parejas.

En los restaurantes analizados tanto en las comidas como en las cenas el tipo de vino más consumido es el vino tinto siendo las comidas el momento del día en el que más vino se consume. En la mayoría de los casos el gasto medio en vino en el restaurante está entre 15€ y 20€, siendo los restaurantes de más de 30€ de menú los únicos en los que el cliente medio se suele gastar más de 20€ en vino.

En cuanto a las preferencias de los clientes a la hora de seleccionar el vino, según los restaurantes encuestados, tanto los clientes mayores de 60 años como los que se encuentran en un intervalo de edad entre los 35 y 60 años se decantan claramente por el vino tinto. Los resultados cambian si nos referimos a un tipo de clientela más joven, que prefiere el vino blanco. Además, este tipo de clientela es la que más se preocupa por el precio del vino.

En cuanto a la elección del vino, en los restaurantes asturianos esta decisión suele ser consensuada entre el hombre y la mujer. Los hombres se dejan asesorar con mayor facilidad que las mujeres y las personas que no se dejan asesorar se debe, en la mayoría de los casos al efecto experiencia, es decir, optan por un vino que le ha gustado en el pasado en ese restaurante.

Los fines de semana son los días donde mayor es la demanda de vino en la restauración comercial asturiana, especialmente los sábados. En cuanto a la época del año en la que más vino se consume en los restaurantes asturianos, La Navidad, seguida de las vacaciones de verano son sin duda las épocas en las que más aumenta el consumo de vino.

En general, el encargado/a de realizar el pedido de vino suele ser el dueño/a del restaurante y suele variar dependiendo de la época del año en la que nos encontremos. La demanda que haya en ese momento y la época del año en la que se realice el pedido son las principales causas que lo condicionan.

En cuanto a la relación con sus proveedores, los hosteleros y hosteleras asturianas consideran muy importante esta relación ya que en la mayoría de los casos les aportan grandes ventajas como poder recibir más y mejores ofertas. Por otra parte, los proveedores también pueden influir en las compras de vino si son capaces de aconsejar adecuadamente al restaurante.

Los restaurantes también consideran fundamental mantener una buena relación con sus clientes. Lo que más fideliza al cliente es el trato que se le da en el restaurante y la relación restaurante – cliente está directamente relacionada con el gasto que estos hacen, así como con la frecuencia de visitas.

La hostelería es una de las ramas más productivas de la estructura de la economía asturiana y aporta un importante peso a la economía, lo cual se ha conseguido conservar a lo largo de los años. El vino, como se ha visto en la encuesta realizada, es un producto muy valorado dentro de la hostelería en Asturias tanto por los propietarios de los restaurantes como por los clientes. Se ha podido ver que es la bebida más consumida en los restaurantes, incluso por encima de la sidra, lo que confirma a la región como una de las mayores consumidoras de vino de España. La hostelería es un sector que merece ser cuidado y respetado en Asturias, pues constituye un gran foco de atracción turística y un área generadora de empleo de gran valor para la región.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Consumo de Vino en Asturias (2020): encuesta sobre el consumo del vino en Asturias. Elaboración propia a través de Google Forms: [Consultado entre el 27 de marzo de 2020 y el 23 de mayo de 2020].
- Del Rey, Rafael (2011). “La distribución del vino en España”, Distribución y Consumo, Mercasa, 60–68.
- Encuesta de Presupuestos Familiares (2018). Instituto Nacional de Estadística.
- Federación española del vino (2019). <http://www.fev.es/sector-cifras/> [Consultado el 28 de febrero de 2020].
- Martín Cerdeño, Víctor J. (2019). “Análisis del consumo de vino en España: hogares y extradoméstico”, Distribución y Consumo, Mercasa, vol. 4, 54-61.
- Observatorio Español del Mercado del Vino (2018). <https://www.oemv.es/consumo-de-vino-en-los-hogares-espanoles-ano-2018> [Consultado el 28 de febrero de 2020].
- Observatorio Español del Mercado del Vino (2019): “Superficie de viñedo en España 2019”, MAGRAMA, 1-5.

7. ANEXO I

7.1. Cuestionario de la encuesta

“Mi nombre es Nicolás Heres González, soy estudiante de cuarto curso del grado de Comercio y Marketing de la Universidad de Oviedo.

Este cuestionario forma parte de mi Trabajo Fin de Grado. Su finalidad es encontrar información acerca de los hábitos de consumo del vino en la hostelería asturiana. La intención es realizar este cuestionario a varios restaurantes de la región con el fin de poder obtener una muestra significativa.

Le agradecería si pudiese contestarlo para así poder conseguir información y llevar a cabo esta investigación.

No le llevará más de cinco minutos contestarlo.

Los datos serán tratados de forma totalmente anónima y confidencial.

Quería agradecerle de antemano su participación y colaboración, más en estos momentos difíciles que estamos viviendo con el COVID-19.”

- **¿Quién realiza el cuestionario?**
 - a) El dueño o dueña del restaurante.
 - b) El/la maître del restaurante.
 - c) El encargado o encargada.
 - d) Un camarero/a.
 - e) Otro:
- **Edad:**
- **Nivel educativo**
 - a) Educación secundaria
 - b) Bachillerato
 - c) Carrera Universitaria
 - d) Ciclo Formativo
 - e) Educación básica obligatoria
 - f) Otro:
- **Ciudad del establecimiento:**
- **¿Cuántos clientes aproximadamente tiene usted en una semana normal?**
 - a) Menos de 50
 - b) Entre 50 y 75
 - c) De 75 a 100
 - d) De 100 a 150
 - e) Más de 150 semanales
- **¿Cuál es el precio medio del menú?**
 - a) Menos de 10€
 - b) Entre 10€ – 15€
 - c) Entre 15€ - 20€
 - d) Más de 20€
- **En su menú diario, ¿ofrece vino como bebida?**
 - a) Sí
 - b) No

- **En caso de ofrecer vino en su menú diario, ¿Qué vino ofrece?**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
- **¿Qué tipo de vino ofrece?**
 - a) El de la casa.
 - b) Un cosechero.
 - c) Un crianza.
 - d) Otro.
- **¿Sus clientes suelen pedir vino con el menú diario?**
 - a) Sí
 - b) No
- **En caso de no pedirlo, ¿Qué otra bebida piden?**
 - a) Agua
 - b) Cerveza
 - c) Refresco
 - d) Otro:
- **En su restaurante, ¿Qué bebida se consume más?**
 - a) Vino
 - b) Cerveza
 - c) Refrescos
 - d) Agua
 - e) Otro:
- **En caso de pedir vino, ¿suelen tomar el vino que se ofrece en el menú o piden otro de la carta?**
 - a) Suelen pedir otro vino de la carta
 - b) Toman el vino del menú
 - c) Piden otro tipo de bebida
- **¿Ofrece siempre el mismo vino en el menú diario o varía en función de los platos del menú?**
 - a) Sí, siempre ofrezco el mismo
 - b) Suelo cambiar dependiendo del menú
- **¿A qué precio cobra usted a sus clientes el vino del menú del día?**
 - a) Menos de 5€
 - b) Entre 5€ - 10€
 - c) Entre 10€ - 20€
 - d) Más de 20€
- **¿En su restaurante tiene carta de vinos?**
 - a) Sí
 - b) No
- **Dentro de su carta de vinos, ¿dispone de vinos espumosos (cava, champagne....)?**
 - a) Sí
 - b) No
- **¿De cuántas referencias dispone su carta de vinos?**
 - a) Menos de 10
 - b) Entre 10 y 15
 - c) Entre 15 y 20
 - d) Más de 20

- **¿Qué procedencia tienen los vino de su carta?**
 - a) Todos son españoles.
 - b) La mayoría son españoles pero también hay alguno extranjero.
 - c) Son todos extranjeros.
 - d) La mayoría son extranjeros pero también hay alguno español.
- **¿Dispone de más vinos tintos, blancos o rosados?**
 - a) Tintos
 - b) Blancos
 - c) Rosados
- **¿Cuál es el precio medio de la botella de vino en su carta de vinos?**
 - a) Menos de 10€
 - b) Entre 10€ y 20€
 - c) Entre 20€ y 30€
 - d) Más de 30€
- **¿Qué tipo de vino vende más en su restaurante?**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
- **Dentro de los tintos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?**
 - a) La Rioja
 - b) Castilla y León
 - c) Aragón
 - d) Otro:
- **Dentro de los blancos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?**
 - a) Castilla y León
 - b) Galicia
 - c) País Vasco
 - d) Otro:
- **Dentro de los rosados, ¿Cuál es la región de procedencia más común?**
 - a) La Rioja
 - b) Castilla y León
 - c) Aragón
 - d) Otro:
- **Dentro de los espumosos, ¿Cuál es la región de procedencia más común?**
 - a) Francia
 - b) Cataluña
 - c) Otro:
- **En su restaurante, ¿Cuál es el perfil más habitual de cliente?**
 - a) Familias con niños
 - b) Parejas
 - c) Trabajadores
 - d) Grupos de amigos
 - e) Reuniones de empresa
 - f) Otros:

- **¿En qué situación le demandan más vino?**
 - a) Cuando van solos
 - b) Cuando van en pareja
 - c) Cuando van en familia
 - d) Cuando van con amigos
 - e) Compañeros de trabajo
 - f) Otro:
- **¿Qué tipo de clientela es la que le suele pedir vino entre semana?**
 - a) Trabajadores
 - b) Parejas
 - c) Grupos de amigos
 - d) Familias
 - e) Otro:
- **Los fines de semana ¿Qué tipo de clientes le suelen pedir vino?**
 - a) Trabajadores
 - b) Parejas
 - c) Familias
 - d) Grupos de amigos
 - e) Otro:
- **¿Qué tipo de vinos demandan más las personas más adultas (mayores de 60 años)?**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
 - e) Otro:
- **¿Qué tipo de vinos demandan más las personas de edad intermedia (entre 35 y 60 años)?**
 - a) Tintos
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
 - e) Otro:
- **¿Qué tipo de vinos demandan la clientela más joven? (menores de 35 años)**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
 - e) Otro:
- **Hablando de precios, ¿quién cree usted que se preocupa más por el precio del vino, la clientela más joven, los de mediana edad o la clientela más adulta?**
 - a) Los más jóvenes
 - b) Los de mediana edad
 - c) Los más mayores

- **¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de edad más avanzada?**
 - a) Menos de 10€
 - b) Entre 10€ - 15€
 - c) Entre 15€ - 20€
 - d) Más de 20€
- **¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de mediana edad?**
 - a) Menos de 10€
 - b) Entre 10€ - 15€
 - c) Entre 15€ - 20€
 - d) Más de 20€
- **¿Cuál es el precio medio por botella entre los clientes de edad más joven?**
 - a) Menos de 10€
 - b) Entre 10€ - 15€
 - c) Entre 15€ - 20€
 - d) Más de 20€
- **En función del precio del menú, en su restaurante ¿se suele cambiar de vino?**
 - a) Sí, se suele cambiar dependiendo del menú
 - b) No, el vino del menú es siempre el mismo
- **¿Qué tipo de vino le suelen pedir más en las comidas del mediodía?**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
- **¿Qué tipo de vino le suelen pedir más a la hora de las cenas?**
 - a) Tinto
 - b) Blanco
 - c) Rosado
 - d) Espumoso
- **¿Se suele consumir más vino en las comidas o en las cenas?**
 - a) En las comidas
 - b) En las cenas
 - c) Depende del día de la semana
- **En general, ¿Considera que sus clientes son exigentes a la hora de seleccionar el vino?**
 - a) Sí
 - b) No
- **A la hora de elegir el vino, ¿Quién suele ser el encargado de escoger el vino adecuado?**
 - a) El hombre
 - b) La mujer
 - c) Entre ambos
- **¿Qué tipo de clientes se dejan asesorar con mayor facilidad a la hora de seleccionar el vino?**
 - a) Los hombres
 - b) Las mujeres

- **Dentro de esos clientes que se dejan asesorar con mayor facilidad, ¿Suelen ser clientes mayores (mayores de 60), los de mediana edad (entre 35 y 60) o más jóvenes (menos de 35)?**
 - a) Más mayores
 - b) Los de mediana edad
 - c) Más jóvenes
- **Los clientes que no precisan de asesoramiento, ¿a qué cree que se debe?**
 - a) Ya tienen pensado el vino de antemano
 - b) Al efecto experiencia (repiten un vino que ya les haya gustado en su restaurante o en otro restaurante)
 - c) Al precio del vino
 - d) A que escogen el vino sobre la marcha en la carta sin esperar recomendación
 - e) Otro:
- **¿Cuánto se suelen gastar de media sus clientes en vino?**
 - a) Entre 10€ - 15€
 - b) Entre 15€ - 20€
 - c) Más de 20€
- **En su restaurante, ¿Cómo le suelen pedir más el vino?**
 - a) Por copas
 - b) Por botellas
- **¿Cree usted que la elección del vino varía dependiendo del tipo de comida que le pidan?**
 - a) Sí
 - b) No
- **Con el marisco, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?**
 - a) Tintos
 - b) Blancos
 - c) Rosados
 - d) Espumosos
 - e) Otro:
- **Con el pescado, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?**
 - a) Tintos
 - b) Blancos
 - c) Rosados
 - d) Espumosos
 - e) Otro:
- **Con la carne, ¿qué tipo de vino tiene más demanda?**
 - a) Tintos
 - b) Blancos
 - c) Rosados
 - d) Espumosos
 - e) Otro:
- **En su restaurante, ¿Cuándo es mayor la demanda de vino?**
 - a) Entre semana
 - b) Los sábados
 - c) Los domingos

- **Entre semana, ¿Qué día vende más vino?**
 - a) Lunes
 - b) Martes
 - c) Miércoles
 - d) Jueves
 - e) Viernes
- **¿En qué tipo de festivos nota usted más un aumento en el consumo de vino?**
 - a) Fiestas locales
 - b) Semana santa
 - c) Carnaval
 - d) Navidades
 - e) Verano
 - f) Otro:

A continuación, vamos a comentar algunos aspectos relacionados con las compras de vino que usted realiza para su restaurante

- **En su restaurante, ¿Hacen siempre el mismo tipo de pedido de vino?**
 - a) Si
 - b) No
- **¿Quién es el encargado o encargada de realizar los pedidos de vino?**
 - a) El dueño/a del restaurante
 - b) El/la maître
 - c) El camarero/a
 - d) Otro:
- **¿De qué depende principalmente el tipo de vino que compra?**
 - a) La demanda que haya en ese momento
 - a.1) Sí
 - a.2) No
 - b) La época del año en la que se haga el pedido
 - b.1) Sí
 - b.2) No
 - c) Las ofertas por parte de los proveedores
 - c.1) Sí
 - c.2) No
 - d) El tipo de vino que está de moda
 - d.1) Sí
 - d.2) No
 - e) Otro:
- **¿Con qué periodicidad suelen realizar el pedido de vino?**
 - a) Cada semana
 - b) Cada 15 días
 - c) Dependiendo de las existencias y de la demanda
 - d) Otro:
- **¿Qué grado de importancia le da a la relación que tiene el restaurante con sus proveedores?**
 - a) Extremadamente importante
 - b) Muy importante
 - c) Algo importante
 - d) Nada importante

- **Tener una buena relación con sus proveedores, ¿Qué tipo de ventajas le puede aportar?**
 - a) Recibir más y mejores ofertas
 - b) Mejores condiciones de pago
 - c) Mejores condiciones de envío
 - d) Otro:
- **Personalmente, ¿usted tiene buena relación con sus proveedores?**
 - a) Si, suelo tener buena relación con ellos
 - b) No, no tengo más que la estricta relación profesional.
- **¿Suele cambiar con frecuencia de proveedores o tiene unos proveedores fijos?**
 - a) Siempre tengo los mismos proveedores de confianza
 - b) Suelo cambiar con frecuencia
- **¿Cuánto tiempo hace que ha cambiado alguno de sus proveedores?**
 - a) En el último mes
 - b) Hace tres meses
 - c) En los últimos 6 meses
 - d) Hace un año
 - e) Hace más de un año
- **En caso de haber cambiado de proveedores con frecuencia, ¿por qué lo hace?**
 - a) Por escoger el que mejor oferta me haga
 - b) Para ahorrar dinero
 - c) Para comprar mejores vinos
 - d) Otro:
 - e) No contestar
- **¿Pueden sus proveedores influir en la compra de vino?**
 - a) Sí, si me hacen una buena oferta
 - b) Si, si me aconsejan adecuadamente
 - c) No, no suelen influir en mis hábitos de compra pues soy yo quien decide
- **¿Qué grado de importancia da a la relación con sus clientes?**
 - a) Extremadamente importante
 - b) Muy importante
 - c) Algo importante
 - d) Poco importante
 - e) Nada importante
- **¿Qué cree usted que fideliza más al cliente?**
 - a) La oferta de comidas
 - b) El trato que se le da
 - c) El prestigio del establecimiento
 - d) Otro:
- **¿Influye la relación con los clientes y el grado de fidelidad de estos en el gasto que hagan en su restaurante?**
 - a) Sí, cuanto mejor sea la relación más gastan o repiten la visita
 - b) No, no suele estar relacionado