



Sesión dedicada a la comunicación (de izda. a dcha.): Yolanda Márquez (Servicio de Bromatología del Hospital Universitario de Badajoz), Ana Turón (RC) y José Juan Rodríguez (Área de Nutrición Humana y Ciencias de los Alimentos de la UAB).

La comunicación en colectividades protagoniza una de las sesiones del curso de la Genah

24-04-2019

El pasado 12 de abril, el Grupo de Estudios de Normalización en Alimentación Hospitalaria (Genah) tuvo la amabilidad de invitarnos a participar en la segunda edición de su curso de 'Normalización', para hablar sobre restauración social y colectiva, en relación a la comunicación y los nuevos canales que ofrece internet y las redes sociales. A continuación os dejamos un breve resumen sobre las ideas principales alrededor de las cuales se desarrolló la charla.

Entre los pasados 11 y 12 de abril, se celebró en Antequera (Málaga), la segunda edición del curso Genah (Grupo de Estudios de Normalización en Alimentación Hospitalaria) bajo el título *Normalización en alimentación hospitalaria: desde la gestión a la comunicación*.

Las jornadas reunieron a 80 personas, profesionales sanitarios y no sanitarios que desarrollan su tarea profesional en el ámbito de la alimentación institucional (hospitalaria, geriátrico, comedores escolares...); y el programa del seminario incluyó cuatro bloques, dedicados a la 'Normalización en las especificaciones técnicas de los productos alimentarios', 'Productos lácteos de cercanía en alimentación hospitalaria', 'Gestión de la seguridad alimentaria' y 'Nuevos canales de comunicación'.

Cómo ya publicamos previamente, agradecemos a nuestro colaborador **Ángel Caracuel**, miembro de la Genah y coordinador del curso, la invitación a participar en esta última sesión del curso en la que compartí mesa con **Yolanda Márquez** (veterinaria y bromatóloga del Servicio de Bromatología del Hospital Universitario de Badajoz), quien introdujo el tema; y **José Juan Rodríguez** (profesor titular del Área de Nutrición Humana y Ciencias de los Alimentos de la Universidad Autónoma de Barcelona), quien hizo hincapié en los nuevos canales de comunicación en relación a la difusión de informaciones relativas a la seguridad alimentaria.

Un mercado de 4.000 millones de euros y mil millones de comidas servidas anualmente

Desde hace algo más de cinco años, momento en el que empezamos nuestra andadura con la revista *online*

www.restauracioncolectiva.com, no hemos hecho otra cosa que intentar aportar nuestro granito de arena para ayudar a la cohesión, profesionalización, visibilidad y reconocimiento del sector de la restauración social y colectiva, para situarla en el lugar que se merece.

Sin desviarnos de ese propósito presentamos en el curso una ponencia para intentar dar a conocer un poco mejor el sector, tanto a nivel estadístico como en lo que respecta a su evolución, fortalezas y comunicación con la sociedad y otros segmentos de la propia hostelería.

Básicamente analizamos los antecedentes, el por qué de los estigmas que se arrastran, y la necesidad de dar luz a las muchas fortalezas con las que cuenta y que hacen de éste un sector que debería estar mucho más reconocido por su profesionalidad, su eficiencia, su responsabilidad y su labor social.

Según datos corroborados por la Feadr (Federación Española de Asociaciones dedicadas a la Restauración social), las colectividades sirven en España mil millones de comidas anuales y se calcula un mercado total de 4.000 millones de euros que da trabajo a 200.000 personas. La idea fundamental es que un sector tan importante como este no debería estar tan invisibilizado.

La comunicación como necesidad, no como opción

Partiendo de que en el siglo XXI la comunicación no es una herramienta de posicionamiento, sino una necesidad en cualquier empresa o sector, planteamos que sería interesante abordar una estrategia sectorial global para derribar mitos, hacer pedagogía y que a la sociedad le llegue una información clara y transparente sobre la restauración social y colectiva.

El sector debe llevar a cabo una comunicación proactiva para que no se hable de él sólo cuando surgen problemas y para desterrar de una vez por todas falsas ideas que han ido calando a lo largo de los años y que no se han rebatido en casi ninguna ocasión.

En lo que a nuevos canales de comunicación se refiere, hicimos el ejercicio de comparar en Google Trends diversas palabras clave, para llegar a la triste conclusión de que la huella digital de sector es mínimísima, incluso inexistente al buscar resultados con la palabra 'restauración social'.

Por último hablamos también de redes sociales y del peligro que tienen como altavoz multiplicador de cualquier mensaje por falso que sea, haciendo hincapié en la alarma que se puede llegar a crear cuando el centro de la polémica tiene que ver con la alimentación y con colectivos especialmente vulnerables como las personas enfermas, niños o ancianos.

También tenemos claro como apuntan todos los expertos, que las empresas deben estar preparadas para saber hacer frente a las situaciones de crisis con agilidad y estrategia ya que las redes sociales son parte del problema pero también pueden ser parte de la solución. La 'callada' por respuesta es lo único que no vale cuando se desata una crisis en redes sociales.

En definitiva, y según mi opinión personal, tal como expresé en Antequera: "la restauración social y colectiva debe creérselo, abrirse a la sociedad y darse a conocer sin miedo para situarse y situar a sus profesionales en el lugar que se merecen".

Noticias Relacionadas

- Comunicación: la gran asignatura pendiente del sector de la restauración social y colectiva
- Alimentación hospitalaria: excelencia en la calidad, sostenibilidad y adaptación al paciente
- La normalización como base para mejorar la calidad en la gestión y los servicios (I)
- Incorporados nuevos anexos en el libro 'Normalización en alimentación hospitalaria'



Ana Turón, periodista especializada en el sector de la restauración social y colectiva. Impulsora y responsable de www.restauracioncolectiva.com, único medio de comunicación dedicado al 100% al sector de las colectividades en España; y también del 'Congreso de Restauración Colectiva' (CRC). @:
aturon@restauracioncolectiva.com / LinkedIn.