

# El sector de la restauración en España

EMILIO GALLEGO  
SECRETARIO GENERAL DE LA FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE HOSTELERÍA - FEHR

**E**n la estructura de la economía española el sector de la hostelería es una rama productiva integrada en los servicios y con un peso importante en la formación del PIB, que ha conseguido conservar a lo largo de los años, por lo que se trata de un sector que, a pesar del tiempo, los ciclos económicos y la pujanza de las nuevas actividades económicas, sigue manteniendo su aportación a la riqueza nacional.

Además, la hostelería, y más concretamente el subsector de la restauración, es uno de los principales referentes del estilo de vida español, un estilo de vida que no se produce en otras partes del mundo; es parte de nuestras costumbres y nuestra forma de socializarnos, escenario de encuentros con familia, amigos, compañeros..., y testigo de algunos de los momentos más especiales de nuestras vidas. En una parte importante de la clientela (en torno a un 40% - 45%) el consumo de productos hosteleros está vinculado a la actividad social, a nuestro modo de relacionarnos con los demás. Este carácter peculiar de nuestra hostelería llama la atención de los turistas, que cada vez vienen más a nuestro país atraídos por nuestra excelente gastronomía y todo lo que la rodea.

El sector de la restauración se caracteriza por su estructura empresarial, con amplia mayoría de autónomos y pe-



queñas empresas, por lo que el negocio familiar cobra una gran importancia. Además, es un sector heterogéneo, está compuesto por subsectores de naturaleza distinta con diferencias en los bienes y servicios que se producen y prestan, por la diversidad de actividades profesionales en una misma explotación económica y la coexistencia de diferentes modelos de negocio. Así, las pequeñas empresas familiares, tradicionales, coexisten con grandes cadenas con diferentes fórmulas de gestión, franquicia, etc.

La tipología de los establecimientos de restauración es muy diversa tanto en lo que se refiere a su gestión empresarial como a su proyección comercial, que se encuentra enmarcada en los siguientes tipos o categorías básicas de empresas de restauración: restaurantes y cafeterías, ba-

res, a los que han de sumarse también las empresas de colectividades y catering.

En conjunto, el sector de la hostelería supera los 300.000 establecimientos, de los que el subsector de restauración (restaurantes, bares, cafeterías, colectividades y catering) representa la mayor parte con cerca de 280.000 locales. La producción del total del sector hostelero suma 129.450 millones de euros, que ha impulsado su crecimiento en todos los subsectores, de los cuales cerca de 100.000 millones corresponden a los negocios de restauración. Tiene

gran importancia económica dentro de la producción nacional, con una destacable contribución a la generación del PIB nacional, que se sitúa en el 7,2% en 2017. De ese porcentaje, un 5,5% procede de los servicios de restauración.

Además, la influencia social mantiene una alta generación de empleo que supera 1,6 millones de trabajadores, lo que supone cerca del 8,7% del empleo total de España. En el subsector de restauración el número de trabajadores se sitúa en torno a 1,2 millones de personas, que entre los meses de mayo y agosto supera 1,3 millones.

Las cifras demuestran la importancia que tiene el conjunto de establecimientos de restauración y del alojamiento que conforman el sector de la hostelería, para el turismo y la economía de nuestro país, por su importante contribución al PIB nacional, el elevado número de puestos de trabajo que crea y por el papel clave que protagoniza en el desarrollo turístico.

## Evolución del sector

La actividad de la hostelería ha protagonizado durante décadas una fuerte expansión, que se frenó con el comienzo de la crisis en 2008, afectando, sobre todo, a las microempresas de bares y pequeños negocios familiares de restauración ubicados en las zonas populares más castigados por la crisis y el desempleo, que sufrieron una caída de ventas superior al 20% con relación a los niveles que venían manteniendo antes de la eclosión de la crisis en los primeros meses de 2008. Pero también sufrieron fuertes caídas los restaurantes de nivel medio-alto cuya actividad dependía en gran parte de los gastos de representación de las empresas. En general, la caída de actividad afectó a todo el espectro empresarial de la restauración independiente, integrada mayoritariamente por pymes y microempresas con un modelo de producción artesanal.

En 2014 se inició la recuperación, que se consolidó en los dos años siguientes, con importantes crecimientos en 2016 que rompieron las previsiones que se hicieron para ese año. Sin embargo, el número de establecimientos en los últimos años prácticamente se ha mantenido sin mucha variación ya que otros sectores encontraron

**Los bares son los más numerosos dentro del grupo de restauración, aunque llevan varios años en descenso. Su ritmo de caída en 2017 se ha suavizado hasta un 0,4%, sumando en ese año 184.430 establecimientos. Supone el 60% de los establecimientos del conjunto del sector hostelero y es el que presenta mayor heterogeneidad respecto a los locales que lo integran**

oportunidades de negocio en el de hostelería, aunque a partir de 2010 el número de locales empezó a descender debido al cierre de los bares.

El sector hostelero evolucionó de forma favorable en 2017 aunque el ritmo de crecimiento no fue tan alto como el del año anterior, debido a que desde la salida de la crisis en 2014, en que tuvo lugar el primer dato de evolución positiva, se han registrado ritmos de crecimientos muy fuertes. Aun así, la cifra de negocio aumentó de forma destacada, un 4,7%, manteniéndose el nivel de empleo en prácticamente la misma cifra que el año anterior y con los precios en la misma línea de moderado ascenso del año anterior, recuperándose poco a poco los márgenes de beneficio.

## Estructura sectorial

Dentro del total de la hostelería, los establecimientos de restauración son los que más representación tienen, con cerca del 90% del total, contabilizándose 277.539 locales en 2017, un 1,1% más que el año anterior. Este crecimiento es superior al que tuvo lugar el año anterior y se debe a la evolución positiva de los restaurantes y los establecimientos de colectividades y catering, aunque los bares, que son los más numerosos, volvieron a tener una evolución negativa. La producción del subsector de restauración aumentó en mayor medida que los locales, un 3,4%, acercándose a los 100.000 millones de euros.

Los bares son los más numerosos dentro del grupo de restauración, aunque llevan varios años en descenso. Su ritmo de caída en 2017 se ha suavizado hasta un 0,4%, sumando en ese año 184.430 establecimientos. Supone el 60% de los establecimientos del conjunto del sector hostelero y es el que presenta mayor heterogeneidad respecto a los locales que lo integran. Como en años anteriores, aunque descendieron en número, su producción aumentó en 2017 un 0,9% hasta 39.094 millones de euros

Por detrás en volumen se sitúan los restaurantes que suman en 2017 un total de 76.492 establecimientos, con un crecimiento de un 3,8% respecto a 2016, más intenso que el de años anteriores, por lo que aumenta el peso de estos locales en el

conjunto de la restauración hasta representar cerca de un 25% del total. Este subsector supone el mayor porcentaje de la producción sumando algo más de 49 mil millones de euros, con un crecimiento respecto al año anterior de un 4,9%.

El grupo de colectividades y catering continúa suponiendo los mayores crecimientos del sector, con un avance en 2017 de un 5,6% respecto al año anterior hasta 16.617 locales. La producción de esta rama de actividad aumentó un 6,2% respecto a un año atrás, con un total de 10.744 millones de euros.

Estos datos de evolución del grupo de restauración muestran una evolución favorable de los restaurantes y colectividades, que influyen de forma positiva en la mejora de la economía frente a la estabilidad que se muestra en el conjunto del subsector debido al descenso de los bares, que constituyen el grupo más numeroso.

### El empleo se mantiene estable

La hostelería es un sector intensivo en factor trabajo, aunque en 2017 se frenó algo su crecimiento debido a la buena evolución de los años anteriores. En ese año la hostelería generó una media anual de 33 mil empleos más que en 2016, cerca del 7% de los 483 mil creados en el conjunto de la economía española, y representa una variación anual del 2,1%.

La hostelería en conjunto ha mantenido en 2017 una media de 1,6 millones de empleos dentro de los 18,8 millones de toda la economía. En los meses del verano, cuando se alcanzan los mayores picos de empleo, se volvieron a superar, igual que en el año anterior, 1,7 millones de trabajadores ocupados. Esto supone que se mantiene el peso del empleo de la hostelería dentro de la estructura económica nacional en el 8,7% que se alcanzó en 2016.

El mayor porcentaje del empleo corresponde al subsector de restauración, donde se concentra el 75,4% de los trabajadores, superando 1,2 millones de trabajadores. El empleo, en esta rama de actividad hostelera aumentó un 2,2% respecto al año anterior hasta un total de 1.234.575 trabajadores, 26 mil más que un año atrás.

Dentro del sector hostelero el porcentaje de trabajadores autónomos supone un 19,2% del conjunto de la hostelería, porcentaje que se eleva en el subsector de restauración hasta un 24%, con un total de 291.075 trabajadores en este régimen.

### Continúa la moderación en 2018

Los datos de 2018 siguen mostrando un aumento en el número de locales del conjunto de la hostelería respecto al año anterior, debido a que, aunque los bares siguen descendiendo, lo vuelven a hacer a un ritmo menor que el año anterior, mientras que, a su vez, se ha vuelto a

intensificar el crecimiento del resto de establecimientos.

En total son 314.311 establecimientos, un 1,5% más que en el año anterior, crecimiento ligeramente por encima del que tuvo lugar en 2017. En el subsector de la restauración se moderó el crecimiento hasta un 0,7%, con un total de 279.396 locales. El menor ritmo de crecimiento se debió a que dentro de esta rama de actividad se acentuó la caída de los bares hasta -0,7%, hasta 186.306 establecimientos, y se suavizó el crecimiento a poco más de un 3% tanto de los restaurantes (78.950 locales), como de los establecimientos de colectividades y catering (17.140).

Los principales indicadores económicos de evolución en la primera mitad de 2018 nos muestran que se sigue manteniendo la tendencia de crecimientos estables de 2017, con un incremento en la facturación de los negocios de restauración hasta julio de un 3,1% respecto al mismo período del año anterior. El empleo también crece de forma más moderada, aunque en los meses de mayo a septiembre se han superado 1,3 millones de trabajadores.

### Tendencias

La combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y técnicas de gestión empresarial mo-



# SISTEMA ZESPRI® CALIDAD COMO SELLO DE IDENTIDAD

Detrás de su inconfundible sabor, hay todo un sistema planteado para mantener las cualidades del kiwi Zespri® en las mejores condiciones hasta que llega a nuestros hogares. Un método capaz de convertir su calidad en su inconfundible seña de identidad. Pero, ¿cómo? ¿Cuál es el secreto para que un fruto tan aparentemente frágil mantenga su sabor y calidad en cualquier época del año?

La compañía ha desarrollado un método de producción denominado Sistema Zespri®. Este regula cada fase del proceso: desde el cultivo, pasando por el empaquetado, almacenamiento y el transporte, hasta su llegada al punto de distribución. Una cadena que, junto a exhaustivos controles de calidad durante el proceso, consigue que los kiwis Zespri® lleguen a su destino manteniendo la máxima calidad.



## La importancia de un buen comienzo

Todo comienza en las plantaciones. Se realiza una cuidadosa selección de la localización donde se llevará a cabo el cultivo para garantizar que el fruto crezca de forma natural con las condiciones de luz, temperatura y humedad necesarias para su óptimo desarrollo.

El terreno también es analizado antes de la cosecha mediante exámenes externos y para preparar el terreno de cultivo, se reutiliza como abono orgánico la propia madera de la poda de la parra.

## Selección natural

Una vez listo para ser recogidos, los kiwis Zespri® son examinados para asegurar su maduración además de la máxima garantía de durabilidad y sabor. Aquellos que pasan la prueba, en instalaciones próximas a los cultivos, son clasificados según calibres y variedades y empaquetados. Posteriormente y por poco tiempo, se almacenan en cámaras frigoríficas respetuosas con el medio ambiente antes de proceder a su transporte.

Durante esta última fase, se lleva a cabo un exhaustivo seguimiento del recorrido mediante la implantación de códigos de barras EAN 128, que también permiten la trazabilidad. De esta forma, se garantiza que el consumidor va a recibir un producto natural, nutritivo y delicioso.

## La clave del éxito

Este sistema implantado en 1997, ha mantenido durante más de dos décadas la calidad y el sabor tan característicos de los kiwis Zespri®. Una receta de éxito en continua evolución, que mantiene a la compañía en la vanguardia de la innovación y el cultivo sostenible. De esta forma, y gracias a un excelente servicio, apoyo comercial y capacidad de respuesta ante la demanda de los clientes, kiwis Zespri® puede mantener su sabor y calidad premium como su mejor sello de identidad.



## PASO A PASO

## ASÍ CONSEGUIMOS

## LA CALIDAD ZESPRI®

Con el objetivo de que los kiwis Zespri® lleguen al consumidor con la mejor calidad y las mejores características organolépticas, hemos desarrollado y aplicado desde nuestros inicios el Sistema Zespri®.

Un riguroso y exclusivo sistema de producción medioambiental integrado que abarca todas las fases, desde el cultivo hasta la venta final en los diferentes establecimientos.

*Paso a paso, cultivo, recolección, empaquetado, transporte y almacenamiento con los más estrictos estándares de calidad y medioambientales.*



Las nuevas tendencias pasan por la apuesta por la salud y la sostenibilidad en los productos, donde un mercado cada vez más joven apuesta por ingredientes saludables y orgánicos que les permitan compatibilizar su visita a bares y restaurantes con su estilo de vida



dernas, han producido una gran transformación en el sector de restaurantes, cafeterías y bares, con nuevas formas de prestar los servicios de comidas y bebidas ante las demandas de la sociedad actual. Comida rápida y comida a domicilio son dos de los segmentos que se han ido instalando a un ritmo vertiginoso en los últimos años y que ya forman parte de los hábitos sociales de los españoles.

Los restaurantes de comida rápida o “fast-food” disponen de una oferta amplia y fácil de preparar, que se puede consumir en el propio establecimiento o que también puede ser consumida en cualquier otro lugar. También están creciendo los delivery (servicios de pizzas, pollos, comida china, costillas, tortillas, bocadillos...) a domicilio. Estos últimos pueden ser, tanto lugares de venta para el consumo en el hogar, como de consumo en el local.

Hay que destacar la aparición de la nueva restauración, establecimientos en los que también se puede hacer una comida rápida, pero con el incentivo de que se está cuidando el ambiente del local, esmerado servicio al cliente, la variedad de la comida servida, con especialidades específicas, lo que hacen que estos locales sean muy atractivos para realizar una comida relativamente rápida.

Estos nuevos formatos de restauración son los que hacen evolucionar los nuevos e innovadores tipos de productos demandados a la industria para que sean de preparación inmediata, una vez que hayan llegado al sitio de destino y por lo tanto estén totalmente dispuestos para poderlos utilizar con el menor tiempo y esfuerzo posible.

Respecto a los clientes, hoy en día ya no son los mismos de hace casi 10 años, cuando concluyó la anterior fase de expansión. Hay un nuevo cliente más exigente hacia los productos y servicios de bares y restaurantes, debido a una cada vez mejor preparación de los ciudadanos, y en estos momentos más tecnológico en plena inmersión digital que engloba una serie de cambios. Por un lado, con los procesos digitales, el hostelero pasa a tener una mayor capacidad de promoción de su negocio, pero además lo que hasta ahora era un plus y una diferenciación, cada vez es más una necesidad, haciéndose casi imprescindible el uso de internet, redes sociales... hay que crear una imagen, un escaparate y una personalidad propia, al restaurante, al establecimiento, en internet. Además, la comercialización “digitalizada” permite interactuar, antes y después con los clientes, gestionar ocupaciones, realizar ofertas y dar respuestas a quejas.

Por otro lado, el consumidor cada vez está más preocupado por su salud y por la seguridad de los alimentos que consume. De este modo, las nuevas tendencias pasan por la apuesta por la salud y la sostenibilidad en los productos, donde un mercado cada vez más joven apuesta por ingredientes saludables y orgánicos que les permitan compatibilizar su visita a bares y restaurantes con su estilo de vida. Además, el futuro de la hostelería pasa también por la autenticidad y la transparencia de cara al consumidor, lo que recomienda incluso compartir los conocimientos con los clientes para ofrecerles experiencias únicas que hagan a los establecimientos también únicos para quienes llegan hasta sus mesas. ■