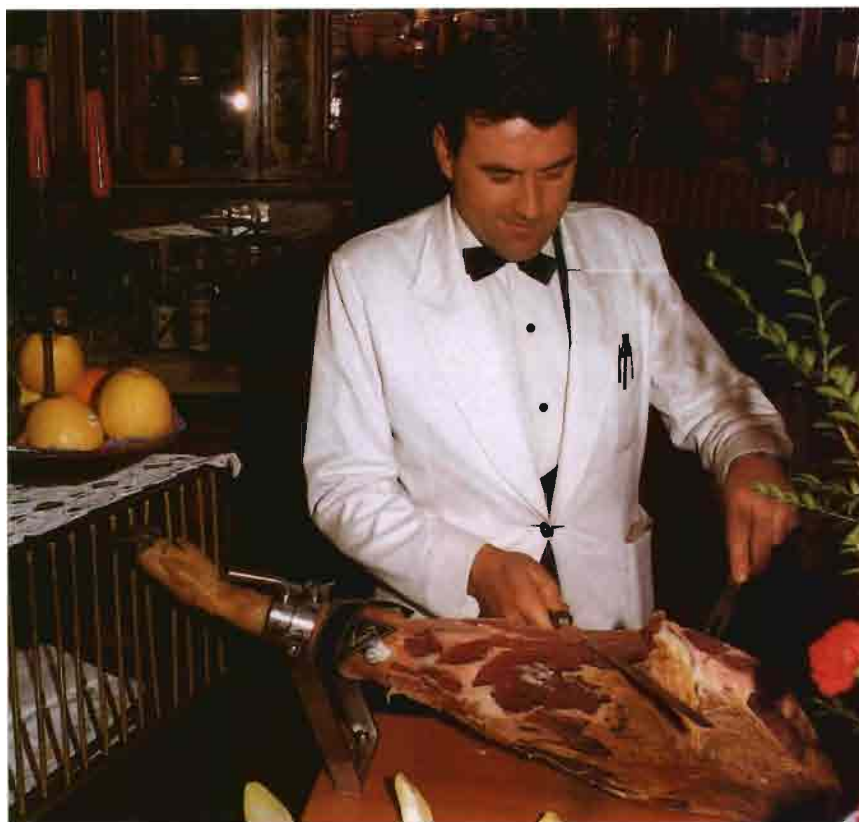


EL SECTOR DE RESTAURACION EN ESPAÑA

EVOLUCION CONTINUA Y NUEVAS TENDENCIAS

■ VICTOR JESUS MARTIN CERDEÑO



últimas tendencias en restauración quedando de manifiesto que es un entorno amplio en constante evolución, tanto como la misma sociedad dicta.

EL SECTOR DE LA RESTAURACION

Al término "restauración" se le ha añadido una nueva acepción en las últimas décadas bien distinta de la tradicional y por todos conocida como acción de reparar, renovar o poner una cosa en el estado que anteriormente tenía. El nuevo significado deriva del vocablo francés *restaurant*, y viene a decirnos que es aquella actividad que se ocupa de proporcionar servicios de alimentación y bebida a los viajeros tanto nacionales como extranjeros, además de a los residentes (3).

La relación existente entre la restauración y la hostelería, y la de ambas con el turismo, hace crear una confusión que lleva a la dificultad de delimitar de forma clara y concisa cada una de las actividades y esto se plasma de forma continuada en las estadísticas caracterizadas por su falta de homogeneidad e imposibilidad en la comparación. Así pues, vamos a poder distinguir como establecimientos integrados en restauración:

– Restaurantes, clasificados de 1 a 5 tenedores y que representan el 23 % de este tipo de establecimientos.

– Cafeterías, categorizadas en 1, 2 ó 3 tazas son menos abundantes y suponen un 6% en el sector.

– Cafés-bares, con barra o con combinación de barra y de mesas, que se sitúan en torno al 71%, aunque hay que tener en cuenta que en este colectivo se incluye la antigua categoría denominada tabernas y todos aquellos establecimientos que de forma exclusiva tienen por objeto servir bebidas.

En la sociedad actual, el turismo y el ocio representan un importante sector económico. La "masificación" de los años 60 y 70 (1) dio paso a tasas de crecimiento ligeramente inferiores debido a las recesiones económicas que se estaban produciendo. Hoy en día, en estos sectores, consolidados en importancia, puede observarse un profundo proceso de diversificación, haciendo que la oferta y la demanda sufran modificaciones que reflejen la variedad de los estilos de vida en un intento de adecuación a los deseos del individuo moderno.

Por tanto, las empresas cuya actividad está destinada al servicio de comidas y bebidas sufren un rápido avance como necesidad de adaptarse a las exi-

gencias de una sociedad cambiante en la que el hábito de salir a comer fuera del hogar se extiende de una forma incuestionable. Esta nueva corriente, que engloba actividades de elaboración, venta, servicio y entrega de comidas y bebidas fuera del hogar, tiene vertientes internacionales y en nuestro país recibe la denominación de restauración (2).

En este artículo se va a intentar realizar una aproximación a este sector. Para ello, se presenta una evolución de este tipo de establecimientos diferenciando las distintas modalidades que existen (restaurantes, cafeterías y cafés-bares) así como las aportaciones que realizan a la producción y empleo. Finalmente, se recopilan algunas de las



En el sector de restauración, las empresas, atendiendo a su actividad principal, pueden quedar diferenciadas en dos grupos, es decir, aquellas que bien ofrecen, o pueden hacerlo, servicios de comida y bebida y aquellas otras que solamente presentan servicios de bebida, representando las primeras un 8% más que las segundas (4).

COMER FUERA DE CASA

Una característica propia del sector de restaurantes ha sido su importante evolución en los últimos años, hasta pasar de unos 14.000 restaurantes al principio de la década de los 70 a cerca de 50.000 en 1993.

Esta evolución refleja un crecimiento relativo en torno al 250% en poco más de 20 años, con el atenuante a su favor de que el periodo analizado se ha caracterizado por las turbulencias económicas propias de las subidas del precio del crudo así como por la crisis recientemente vivida en la economía española.

En el cuadro nº 1 podemos observar como se ha ido produciendo esta evolución, tanto en el número de restaurantes como en las plazas ofertadas, deduciéndose que ha sido un sector que ha reaccionado de manera más favorable que otros (5).

Considerando la dimensión media como el cociente entre el número de plazas y el número de restaurantes, observamos que la tendencia actual nos lleva a un mayor crecimiento de los establecimientos que de las plazas, a diferencia de lo ocurrido hasta 1980.

De tal modo, en 1970 existía una media de 52,5 plazas por restaurante, para pasar en 1980 a 60,6 plazas y situarse en la actualidad en torno a 56 plazas por establecimiento.

El incremento en el número de plazas también puede calificarse como espectacular para el periodo 1970/93, multiplicándose por un factor de 3,7. Las buenas cifras turísticas, los cambios en los hábitos a comer fuera del hogar, familias poco numerosas y la incorporación de la mujer al mercado de trabajo, además del aumento del ingreso

CUADRO Nº 1
EVOLUCION DEL SECTOR DE RESTAURANTES

AÑOS	Nº RESTAURANTES	INDICE	Nº PLAZAS	INDICE
1970	14.323	100	752.767	100
1975	21.536	150	1.203.667	159
1980	27.381	191	1.660.485	220
1985	37.227	259	2.208.562	293
1987	40.038	279	2.350.723	312
1989	49.167	280	2.921.223	388
1990	50.055	349	3.020.441	401
1991	51.154	357	2.712.852	360
1992	53.145	371	2.876.510	382
1993	49.657	347	2.787.155	370

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE desde 1970 hasta 1993.

CUADRO Nº 2
EVOLUCION DEL COLECTIVO DE CAFES-BARES

	1989	1990	1991	1992	1993	1994
CAFE-BAR PEQUEÑO (14)	89.103	90.744	90.495	90.635	90.551	89.496
CAFE-BAR GRANDE	45.556	46.221	45.914	45.773	45.630	45.502
OTROS BARES	30.115	28.495	28.170	28.205	28.136	27.712
TOTAL	164.774	165.460	164.579	164.613	164.317	162.710

familiar que esto supone, pueden ser algunas de las causas que nos expliquen el comportamiento estadístico.

La distribución de restaurantes por categorías, con cifras de 1993, incluye 19 establecimientos clasificados como de "lujo", unos 270 de cuatro tenedores, algo más de 1.000 de tres tenedores, unos 21.500 de dos tenedores y cerca de 27.000 restaurantes de un tenedor, en la categoría más inferior. Una clasificación que, sin embargo, hay que matizar porque puede resultar relativamente engañosa, ante la intencionada recalificación a la baja de los restaurantes por parte de sus propietarios para así situarse en niveles de inferior presión fiscal, lo que les supone una disminución de costes por impuestos sin variar sus características básicas de oferta (6). Así pues, vemos como en 1989 había 40 restaurantes de lujo y

cinco años después había menos de la mitad, al igual que ocurre con los de cuatro y tres tenedores, que disminuyeron un 15% y 40% entre 1989 y 1993.

Respecto al régimen de tenencia, el 54% de los establecimientos de restauración son propiedad de la empresa que los explota, mientras que el 44% se hace en régimen de arrendamiento y un pequeño porcentaje se regenta mediante otros métodos distintos (7).

Una característica del sector de la restauración es la gran autonomía que presenta, es decir, más del 90% de las empresas son individuales, mientras que en aquellas que toman naturaleza societaria o personalidad jurídica son mayoritarias las sociedades anónimas y limitadas.

Hay que considerar que la distribución geográfica es un factor importante, como ocurre con todos los servicios



cuando hablamos de su localización (8). Cataluña es la región que más restaurantes tiene, con más de 11.000 establecimientos, mientras que en el extremo contrario están Ceuta y Melilla, junto a La Rioja y Navarra (9).

Por otra parte, si analizamos la localización de los restaurantes en España podemos ver como existen dos tendencias claramente marcadas. En primer lugar, se puede observar como las regiones de litoral aglutinan un porcentaje importante de establecimientos, ya que 3/4 partes de los restaurantes españoles se encuentran en una región que posee costa. Barcelona, Alicante, Valencia y Málaga son las provincias que poseen un mayor número de plazas de restauración. También hay que considerar a los archipiélagos canario y balear como zonas de gran concentración. Y también es importante destacar como segunda tendencia la concentración de restaurantes en las grandes ciudades, con Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao,... como ejemplos más claros.

De todas formas, hay que señalar que el crecimiento más significativo en el número de establecimientos se ha producido en las regiones de litoral, donde han aumentado el doble que en

el resto de las zonas. Así pues, podemos decir que su número se ha cuadruplicado desde 1970, debido, principalmente, a la expansión turística que está viviendo nuestro país desde esas fechas.

LAS CAFETERIAS, ESLABON EN LA OFERTA DE LA RESTAURACION

Las cafeterías podrían definirse como aquellos establecimientos que sirven bebidas en general junto a platos fríos o calientes para refrigerio rápido (10).

Estas características les hacen surgir para satisfacer una demanda ya originada por las prisas: es necesario comer rápido y bien, por lo que el informal modo de hacerlo no sólo se limita al tiempo empleado sino también a los platos que son ofrecidos.

La clasificación y distintivo de sus categorías se realiza en tres grupos: especial (3 tazas), primera (2 tazas) y segunda (1 taza).

Dentro de los establecimientos de restauración la agrupación de cafeterías ha sido un subsector que ha evolucionado con gran dinamicidad. En 1970 había unas 3.500 cafeterías (unas 200 de 3 tazas, 600 de 2 tazas y 2.700 de 1

taza). En 1980 ya eran el doble y en la actualidad existen más de 13.000 establecimientos con estas características. Podemos identificar el crecimiento global de este subsector con el de restaurantes, es decir, el número de cafeterías ha sufrido un incremento aproximado del 275% bastante similar al experimentado por los restaurantes para este mismo periodo.

Además, son los establecimientos de inferior categoría los que han experimentado un crecimiento mayor, pasando de 2.700 establecimientos en 1970 a 11.500 en la actualidad.

Analizando el número de plazas vemos como se han multiplicado por un factor de 2,4, evolucionando de 339.000 en 1975 a más de 800.000, siendo el crecimiento más significativo el experimentado en las cafeterías de segunda categoría.

Asimismo, se observa como la dimensión de las cafeterías va disminuyendo a lo largo del tiempo, debido al mayor aumento en el número de establecimientos que al de las plazas del sector, por lo que se ha pasado de 69 plazas por establecimiento en 1975 a poco más de 60 en la actualidad.

En cuanto a la distribución de plazas por categorías, un 86,5% se encuadra en la categoría más inferior, un 10% en la intermedia y sólo un 3,5% en la categoría especial de 3 tazas.

En su localización geográfica, las cafeterías siguen la tendencia marcada por restaurantes y hoteles, es decir, las regiones de litoral aglutinan el mayor número de este tipo de establecimientos, siendo Baleares, Cataluña y la Comunidad Valenciana donde se produce una mayor expansión. Por otra parte, puede observarse como la localización en las grandes ciudades ha disminuido en detrimento de las zonas anteriormente señaladas (11).

CAFES-BARES. LOS MAS NUMEROSOS DEL SECTOR

El colectivo de establecimientos de restauración denominado cafés-bares se caracteriza por su enorme heterogeneidad lo que lleva a dificultar su valo-

ración desde un punto de vista estadístico y económico; empresas de reducido tamaño, la integración de la categoría tradicional de tabernas, la inexistencia de un directorio centralizado, la no actualización de registros, son, entre otras, las causas que justifican la situación actual (12).

Los cafés-bares se caracterizan por ser un gran número de empresas de reducido tamaño, en las que es muy importante la participación del empresario y de las ayudas familiares en la explotación de la actividad, destacando también el alto grado de estacionalidad que poseen.

Estos establecimientos son los más numerosos dentro del sector de la restauración, alcanzando un porcentaje del 71% (13).

El crecimiento en términos absolutos de este grupo hostelero ha sido el mayor, con más de 53.000 nuevos cafés-bares, que supera con creces los registrados en restaurantes y cafeterías. Sin embargo, al tener en cuenta que el número de este tipo de establecimientos para 1970 se situaba en unos 110.000, vemos como el incremento relativo, próximo al 50%, en este subsector ha sido muy inferior al que han experimentado otras ramas de la restauración (15).

La justificación a esta evolución puede encontrarse en las nuevas tendencias sociales que buscan apartarse de antiguos usos y costumbres, de ahí la aparición de fenómenos como la restauración rápida o "fast food" y el consiguiente surgimiento de locales totalmente renovados.

Por otra parte, hay que señalar que estos establecimientos pueden ser considerados como tradicionales pues el 57% tienen una antigüedad superior a los 15 años, el 16% llevan funcionando entre 10 y 15 años, un 26% tiene menos de 10 años y solamente un 1% se abrió en el último año (16).

Respecto a su localización geográfica, señalar que las grandes ciudades están perdiendo participación en detrimento de lugares costeros, aunque a cambio han tenido un más rápido crecimiento de cafeterías y restaurantes.

CUADRO Nº 3

PRODUCCION DEL SECTOR DE RESTAURANTES

CATEGORIAS	TOTAL (MILL. PTAS.)	%	INGRESOS/PLAZA (MILL. PTAS.)
5 TENEDORES	9.599	0,65	7,35
4/3 TENEDORES	218.572	14,80	1,66
2 TENEDORES	883.888	59,85	0,57
1 TENEDOR	364.779	24,70	0,31
TOTAL	1.476.838	100,00	0,51

FUENTE: Federación Española de Restaurantes, Cafeterías y Bares.

No cabe duda que una característica propia de los cafés-bares es su gran heterogeneidad, no en vano bajo esa acepción aparecen "pubs", tascas, lonjas, chiringuitos,... y multitud de variedades regionales en función de las características propias del lugar. Esto dificulta su estudio, problema que no es propio de nuestro país sino que en la mayoría de países desarrollados existe la dificultad de obtener estadísticas exactas y actualizadas sobre este tipo de establecimientos.

PRODUCCION EN RESTAURACION

Al analizar la producción generada por el sector de restauración aparecen dos características peculiares que deben ser consideradas. En primer lugar, no existe desagregación en los datos para cada subsector, es decir, el análisis se realiza de una forma global para hostelería y restauración; este fenómeno productivo es muy atípico pues resulta imposible definir y cuantificar de forma exacta los bienes y servicios que lo integran, originándose multitud de dificultades, sobre todo en la planificación. Por otro lado, en este conjunto de actividades es necesario identificar producción con consumo, es decir, no se produce hasta que el cliente va a consumir, por lo tanto no existen almacenamientos.

La producción total de hostelería y restauración, grupos de actividades 65 y 66 en CNAE, representó en el año 1985 un 5,1% de la producción nacional, evolucionando este dato en 1991 hasta el 6,4% con un total de 6,33

billones de pesetas. En el mismo año esta cifra supuso el 13,1% de la producción obtenida en servicios. Así pues, vemos como este conjunto de actividades de hostelería tiene un peso específico dentro de la producción nacional, lo mismo que ocurre si el análisis se realiza en términos de VAB en que los porcentajes resultan inferiores (17) pero igualmente significativos; en ambos casos la progresión queda patente.

Siguiendo estudios específicos sobre la producción para el colectivo de restaurantes (18) podemos cifrarla para 1985 en unos 720.000 millones de pesetas (más de la mitad se obtuvo por restaurantes de 2 tenedores y sólo un 1% se debió a los recogidos en la categoría de 5 tenedores), evolucionando este dato hasta cerca de 1,5 billones de pesetas para 1992, siendo las causas principales el incremento de la oferta y el aumento de los precios en el sector de hostelería (19).

La participación de las diferentes categorías no ha cambiado sustancialmente y continúan siendo los restaurantes de 2 tenedores los que aportan mayores ingresos, con unos 884.000 millones de pesetas, mientras que no llegan al 1% los de 5 tenedores con 9.600 millones de pesetas.

Estimaciones de la Federación Española de Restaurantes sitúan en 682.600 millones los cubiertos por año ofrecidos por el sector, con una media por establecimiento de 12.884 cubiertos, teniendo estos un precio medio de 2.164 pesetas, lo que supondría, final-



MZ

MERCAZARAGOZA



"La gran Despensa del Valle del Ebro"

MATADERO • MERCADO DE CARNES • SALA DE DESPIECE Y MANIPULACION CARNICA • MERCADO MAYORISTA DE FRUTAS Y HORTALIZAS • NAVES DE ENVASADO, MANIPULACION Y CONSERVACION •



POLIVALENTES • MERCADO MAYORISTA DE PESCADO FRESCO Y CONGELADO • NAVES DE PREPARACION DE PRODUCTOS DEL MAR • ALMACENES FRIGORIFICOS • CASH AND CARRY

• INDUSTRIA PANIFICACION • ALMACENES DE CONGELADOS, LACTEOS Y VINOS • GASOLINERA • ATENCION VEHICULOS • BARES Y RESTAURACION • ENTIDADES FINANCIERAS Y DE SERVICIOS • AMPLIOS APARCAMIENTOS.



Camino de Cogullada, s/n. • Teléfono (976) 47 25 54 • Fax (976) 47 30 59

5 0 0 1 4 Z A R A G O Z A

CUADRO Nº 4
PRODUCCIÓN EN LOS SECTORES DE CAFETERÍAS Y CAFES-BARES
(MILL. PTAS.)

	1985	%	1992	%
CAFETERIAS	276.920	14	639.029	19
CAFES-BARES	1.701.080	86	2.724.280	81
TOTAL	1.978.000	100	3.363.309	100

FUENTE: Federación Española de Restaurantes, Cafeterías y Bares (21).

CUADRO Nº 5
EVOLUCIÓN DEL GASTO
FUERA DEL HOGAR

AÑO	% GASTO
1987	19,4
1989	21,5
1991	24,0
1993	19,9

FUENTE: Elaboración propia.

mente, unos ingresos medios superiores a 27 millones de pesetas por establecimiento (20).

Para el subsector de cafeterías la producción se ha duplicado desde 1985, superando los 639.000 millones de pesetas. En los establecimientos englobados en la denominación de cafés-bares el crecimiento relativo ha sido un poco inferior, y aún así han pasado de 1,7 billones de pesetas en 1985 a un valor estimado de 2,7 billones. Observando la producción del sector restauración obtendríamos un gasto por habitante ligeramente superior a 38.000 pesetas anuales aunque hay que señalar que desde 1992 se viene produciendo un descenso en el gasto que los consumidores realizan fuera del hogar (22).

Centrándonos en el conjunto de empresas de restauración es necesario destacar el pequeño volumen de ingresos que obtienen, lógicamente unido a la escasa dimensión de los establecimientos. Así pues, el 63% de las empresas tienen unos ingresos inferiores a 5 millones de pesetas y sólo un 8% de las mismas factura por encima de los 20 millones anuales (23).

Los gastos por consumo y reposición unidos a los costes del personal son los más representativos, en estos últimos el 70% corresponde a sueldos y salarios, mientras que el 27% se refiere a Seguridad Social a cargo de la empresa, con un pequeño porcentaje destinado a otros gastos de personal. Los gastos de administración, de publicidad y marketing, junto a los financieros, son mínimos frente a los ya citados.

En definitiva, para este tipo de establecimientos se observa como es muy similar la relación entre los consumos intermedios y la cifra de negocios, de igual forma que ocurre en los gastos de personal con respecto a los gastos de explotación.

Teniendo en cuenta el número de empresas existente en cada subsector y su relación con el resultado bruto de explotación, los restaurantes alcanzan una proporción superior al resto de establecimientos.

MUCHO EMPLEO, PERO MUY INESTABLE

El análisis del empleo debe hacerse teniendo en cuenta que estamos ante un sector muy poco homogéneo y que, además, no existe desagregación para los datos estadísticos, lo que hace que todo sean estimaciones. Otros problemas se derivan de la variedad de situaciones laborales que se utilizan en este sector, en el que conviven mano de obra asalariada fija, asalariada fija discontinua, eventuales o no asalariados, además de la existencia de un alto grado de economía sumergida.

Por otra parte, este conjunto de actividades se caracterizan por el alto grado de estacionalidad, lo que supone grandes fluctuaciones en las plantillas, con un número de empleos muy distinto en cada época del año.

Todo ello hace bastante complicado el estudio del empleo en el sector de la restauración.

Según estimaciones realizadas por FER, puede cifrarse en 754.000 el

número de personas que estaban empleadas en el sector en 1981, mientras que en 1992 eran ya unos 900.000 empleados, un 7,5% del total de la población ocupada en España.

Unos datos que difieren de los ofrecidos por el BBV en su Informe de Renta Nacional y Distribución Provincial. Según esta fuente, el número de empleos en hostelería y restauración en 1985 era de unos 626.000, para pasar en 1991 a unos 803.000; por tanto, la cifra de empleos es sensiblemente inferior a la ofrecida por FER.

Además, el número de asalariados en ese mismo año se sitúa en 544.000, lo que supone un 67,7% del total de empleos, porcentaje inferior al 68,67% de 1985. Se añade que el VAB por empleo para 1991 es de 4,2 millones de pesetas, mientras que en 1985 era de 2,5 millones de pesetas.

Centrándonos en las empresas del sector de restauración, cabe destacar la importante participación que el empresario tiene en este tipo de actividades, además de las ayudas familiares que pudiera recibir.

Así, puede cifrarse en torno al 45% del total del personal ocupado como no asalariado, aunque hay que matizar este dato señalando que el 77% del personal remunerado se encuentra en restaurantes y cafeterías que sirven comida. Respecto al personal remunerado, el 51% está contratado como eventual, el 40% es fijo y el resto está como fijo discontinuo (24).

El 92% del empleo familiar o no asalariado aparece en los restaurantes de categoría más baja, es decir, en los

de 1 y 2 tenedores, mientras que en el resto alcanza porcentajes insignificantes. En el empleo eventual la situación es bastante similar, ya que representa menos del 1% en los restaurantes de 5 tenedores, el 12,6% en los de primera y segunda categoría, pero más del 87% queda cifrado en los de 1 y 2 tenedores. Respecto al empleo por tipo de establecimiento, más de la mitad se concentra en los cafés-bares, con un 52,18%, mientras que los restaurantes absorben un 33,65% del total, y las cafeterías el 14,17% restante.

EVOLUCION CONTINUA

En los últimos años se habla de "neo-restauración" para denominar al fenómeno de evolución que está sufriendo el sector de restaurantes, cafeterías y bares con las nuevas formas de prestar los servicios de comidas y bebidas ante las necesidades demandadas por la sociedad actual.

Así pues, ha sido necesario una combinación de nuevas tecnologías, productos innovadores y técnicas de gestión empresarial modernas, entre ellas una publicidad agresiva, para implantar las tendencias de las que hoy en día todos podemos disfrutar.

Pero todo este proceso no ha sido creado por profesionales de la restauración, sino que ha aparecido en campos totalmente distintos como consecuencia de las necesidades industriales diarias. Los grandes comedores de empresa son lugares donde hay que servir comida a muchas personas y en poco tiempo; además, la gestión de este servicio debe ser eficaz no suponiendo un lastre para la empresa.

En este ámbito los productos pre-elaborados encontraron su forma de desarrollo. La proyección de este mecanismo al sector de la restauración es fruto de las necesidades, gustos y costumbres de la sociedad actual que los estudios de mercado han plasmado convenientemente (25).

Muchos de estos nuevos hábitos alimenticios aún no han encontrado término en castellano, así pues diferenciamos (26):

– Aquellos establecimientos con una oferta más o menos amplia en que el cliente adquiere la comida para consumirla generalmente en el propio hogar, es decir, se vende lista para llevar y tomar fuera del local.

– Los grupos de locales en que el cliente obtiene servicio de comida y bebida hasta altas horas de la madrugada, además de otras prestaciones que no encuentra a ese horario en otro lugar. Ejemplos de este grupo son los establecimientos "VIP" o "7-Eleven".

– Restaurantes de comida rápida son aquellos establecimientos con una oferta reducida y fácil de preparar que el propio cliente pide y lleva a consumir al comedor del que disponen estos locales. También puede ser consumida en cualquier otro lugar, pues la vajilla es de un sólo uso. Es el caso de hamburgueserías, pizzerías, bocadillerías,...

De todos estos fenómenos el "fast-food" –o comida rápida– es el más extendido. Apareció en la década de los 70, importado de Estados Unidos,



SANDOZ NUTRITION S.A.

ficha un crack
para esta temporada.



Se llama **Wasas**. Es sueco.
Y es el pan crujiente,
hecho con harina de centeno, líder del
mercado europeo. Es 100% natural,
sano y nutritivo. Esta conocida
marca del grupo se distribuye
ahora directamente.

Venga a conocerlo
junto a nuestras estrellas
a nuestro stand n°131-D
de Alimentaria.



SANDOZ NUTRITION S.A.
DIVISION ALIMENTACION.

Gran Via de les Corts Catalanes, 764
08012 Barcelona

para ir sustituyendo a la tradición europea del bocadillo. A McDonald's, Burger King y Quick se les auguraba un corto futuro, pero hoy en día manejan grandes beneficios (27).

Algunos cambios ha necesitado este colectivo de establecimientos para conseguir el éxito que hoy en día poseen. Su oferta ha variado, ya no sólo son pizzas, hamburguesas o sandwiches sino que aparecen los bocadillos, croissant, empanadillas,... pero todos se caracterizan por la facilidad en su preparación y escasas son las modificaciones necesarias en cuanto a instalaciones o envases.

Las instalaciones de este tipo de establecimientos son sencillas pero confortables e incluso están provistas de una zona para los clientes de menor edad. Los envases y embalajes realizan sus funciones a la perfección y la vajilla es de un sólo uso, suponiendo, además, un ahorro sensible en los costes, menos mano de obra (28) y una gestión más agilizada (29).

Por tanto, la restauración rápida tiene un papel fundamental dentro del sector debido a la demanda que se genera en la sociedad moderna. Todos estos establecimientos de comida rápida, con servicio simplificado y altamente estandarizado, están dirigidos por cadenas de restaurantes. A este respecto, se estima que el 90% de las hamburguesas y el 80% de pizzas son servidas por estas grandes cadenas (30).

Mediante esta modalidad, se obtienen ventajas sobre los empresarios independientes, ya que es más fácil obtener créditos, abastecimientos más amplios y provechosos, arrendamientos de edificios, contratos de personal muy cualificado y especializado, etcétera. Además, casi todas las cadenas poseen establecimientos que no son rentables pero les sirven para experimentar con nuevos menús o fórmulas comerciales que de tener éxito se propagan de forma estándar por todos los locales de la cadena. Por otro lado, a estas cadenas el problema se les presenta por la

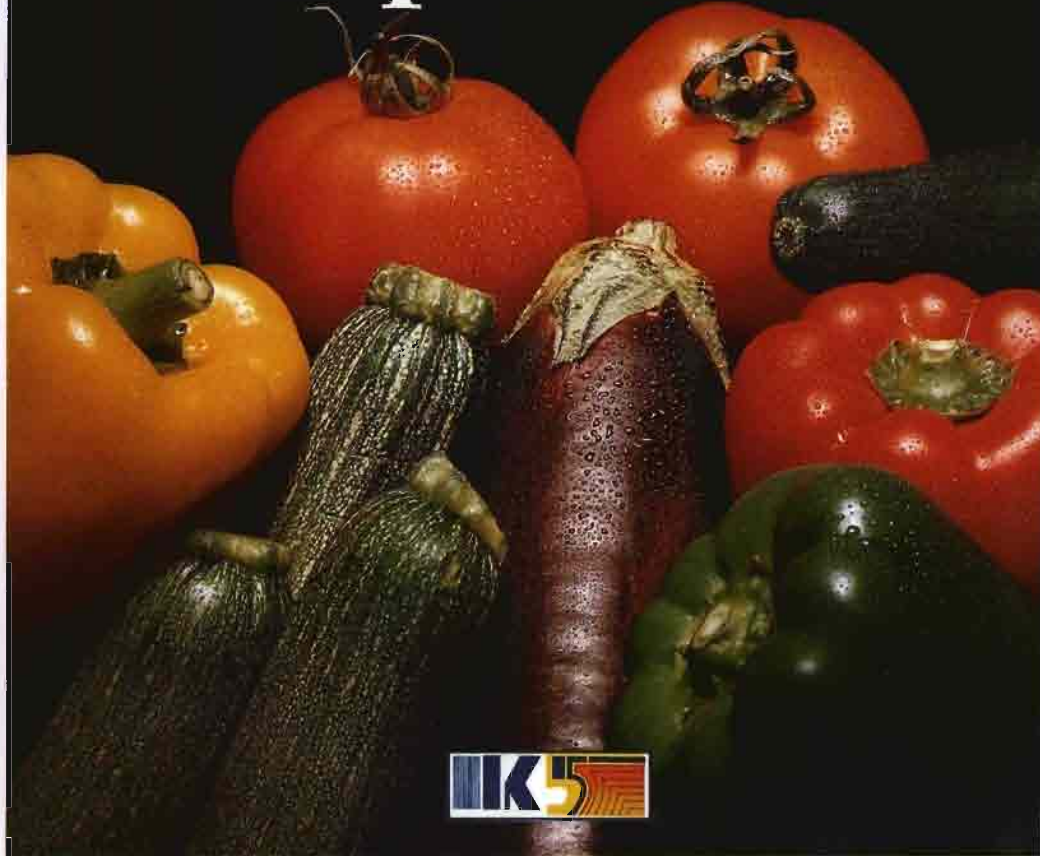
burocratización que sufren una vez que se han desarrollado.

Con esta aproximación al sector de la restauración queda confirmada su dinamicidad constante y al mismo tiempo se constata su importancia como apoyo a otras actividades vitales para la economía nacional como son la hotelería y, en un marco más amplio, el turismo. Las cifras de establecimientos, producción y empleo así lo refrendan.

Los establecimientos de restauración evolucionan a una gran velocidad, siempre motivada por las exigencias sociales y las modas pasajeras e importadas. Con todo esto parece claro que ya no es el cliente el que tiene que adaptarse a los establecimientos, sino que son éstos los que tienen que adecuar los servicios prestados a las necesidades que en cada momento le son demandadas. En esta amplia variedad está la esencia de lo que denominamos restauración. □

VICTOR JESUS MARTIN CERDEÑO
Universidad de Castilla-La Mancha

Siempre Habrá Clases.



Seleccionando sólo primera calidad. Así de sencillo, y así de complicado lo hacemos en CEHORPA, porque no resulta fácil escoger lo mejor entre toda la producción hortofrutícola del Poniente almeriense.

Y sin embargo, lo hemos conseguido año tras año. Partida tras partida. Apostando sólo por aquellos productos que reúnen las mejores condiciones de explotación y venta. Sólo los mejores. Los elegidos.



CEHORPA, S.A.

CENTRAL HORTOFRUTICOLA DEL PONIENTE ALMERIENSE

Ctra. N. 340, Km. 415 • Venta Cartabona
Telf. (950) 58 14 46 (8 líneas)
04700 EL EJIDO (Almería)
Fax Export. (950) 58 00 09
Fax Alhónd. (950) 58 00 10



NOTAS

(1) Vid. BERG, L. van den et alli. "Gestión del Turismo en las grandes ciudades". El Turismo Metropolitano en Europa. Nº 125 (1995) pág. 38 y ss.

El incremento en esta serie de actividades vino motivado por el continuo crecimiento de los ingresos disponibles (elevación de salarios y participación de la mujer en el mercado laboral), el aumento en el tiempo libre (semana laboral más corta, jubilación anticipada y horarios más flexibles), el mayor grado de cultura y una actitud cambiada hacia el binomio trabajo/ocio, es decir, se trabaja para poder disfrutar más del tiempo libre.

(2) Vid. CERRA, J.: "Gestión de Producción de Alojamiento y Restauración". Ed. Síntesis. 1991, pág. 457 y ss. Existe un concepto más amplio, servicios de comidas o "food-service", que incluye a restauración, comida rápida, colectividades, horeca (hostelería, restauración y cafeterías),...

(3) Definición acuñada por Manuel Figuerola en el I Congreso de FER y posteriormente aceptada con generalidad.

(4) Clasificación realizada por el INE en la "Encuesta sobre la estructura de las empresas de restauración". 1989.

(5) Hay que tener en cuenta que para este mismo periodo sectores como la hostelería evolucionaron de una forma menos favorable, para su caso el crecimiento está entorno al 85%.

(6) Vid. FIGUEROLA, M.: El sector de la Restauración en España: Una realidad Económica y Social. Ed. Central de Artes Gráficas. Madrid 1993. pág. 9.

(7) Datos INE según la Encuesta sobre..., Op. cit., pág. 39, y ss.

(8) Vid. CUADRADO ROURA, J.R. "Los servicios en España". Edit. Pirámide. Madrid 1993.

(9) Hay que considerar que estas tres comunidades autónomas son uniprovinciales, así pues, citamos a Extremadura y a Castilla-La Mancha, la primera de ellas no sobrepasa el millar de restaurantes, y la segunda por tener 5 provincias y poco más de 1.500 establecimientos de estas características.

(10) Vid. CERRA, J.: Gestión de Producción de Alojamiento... Op. cit. pág. 464 y ss.

(11) Vid. FIGUEROLA, M.: El Sector de la Restauración... Op. cit. pág. 10 y 11.

(12) *Ibidem* pág. 12 y 13.

(13) Hay que tener en cuenta que en ese porcentaje quedan incluidos todos los establecimientos que solamente sirven bebidas así como las tabernas, categoría que hoy en día está en desuso.

(14) Establecimientos cuyo volumen de ventas anual no supera 1,7 veces el promedio de ventas del total de establecimientos Café-Bar.

(15) Es el caso de los Restaurantes y Cafeterías que lo hicieron en un 247% y 275% respectivamente.

(16) Anuario de A.C. Nielsen Company.

(17) Para 1991 el VAB de Hostelería y Restauración representaba un 6,1% del VAB total ascendiendo a un 9,9% del VAB obtenido en la totalidad de la economía del sector terciario.

(18) Análisis realizado en 1985 por AMERICAN EXPRESS y actualizado por Federación Española de Restaurantes; FIGUEROLA, M. El sector de la restauración. Op. cit. pág. 19.

(19) Respecto a la evolución de los precios en el sector de la restauración, la Federación Española de Restaurantes, Cafeterías y Bares promulgó la realización de un estudio estadístico y económico que investigase dicha evolución en función de las categorías y de la localización geográfica de estos establecimientos. Estudio sobre la evolución de los precios en el sector de los restaurantes. FER, 1991. Madrid.

El problema surgía por la publicación de múltiples y discordantes informaciones en los medios de comunicación, sin fundamentos estadísticos, sobre una excesiva variación de los precios en esta actividad económica. Finalmente, este estudio no salió a la luz a pesar de tener elaborado un presupuesto para su realización.

(20) Vid. FIGUEROLA, M.: El Sector de..., Op. cit. pág. 20.

(21) *Ibidem*. pág. 23.

(22) Alimentación en España 1993 (Distribución del Gasto). Panel de Consumo Alimentario 1993. MAPA.

(23) Datos INE, Encuesta sobre ... Op. cit. pág. 40 y ss.

(24) *Ibidem* págs. 41 y ss.

(25) Vid. CERRA, J.: Gestión de Producción... Op. cit., pág. 463.

(26) *Ibidem* pág. 469. Se denominan "Take-away" o "Pret-a-Porter", "Drug-Store" y "Fast-Food", respectivamente.

(27) Hay que destacar que en el último año se ha producido una ofensiva por parte de los establecimientos dedicados a la elaboración y venta de bocadillos sobre sus rivales (hamburguesas y pizzas principalmente) en el mercado de la comida rápida.

El bocadillo ha dejado de ser utilizado exclusivamente en las meriendas y comidas de fábrica para convertirse en una moda económica. Entre Madrid y Barcelona ya existen más de 60 restaurantes que sólo sirven este producto. Cadenas como Mister Boca-ta, La Garriga, Bocata World comienzan a extenderse por el territorio nacional.

(28) Algún autor ha definido a estos establecimientos como lugares con comida para gente joven servida por gente joven. Hay que destacar que la mayor parte de empleados en los establecimientos de "fast-food" son personas que no sobrepasan los 30 años, compaginando dicha labor con los estudios principalmente. Esta escasa especialización supone unos bajos costes de mano de obra.

(29) Vid. "El fast-food en alza", Tenedores y Estrellas: Revista para los Profesionales de Cafeterías, Hoteles y Restaurantes. nº 43, pág. 6 y 7.

(30) Vid. LUMBERG, D.E.: The Hotel and Restaurant Bussiness. (Trad. LLORIA, J.) Edit. C. Técnicas y Científicas, pág. 332 y ss.

BIBLIOGRAFIA

- FIGUEROLA PALOMO, M.: El Sector de la Restauración en España: Una Realidad Económica y Social. Federación Española de Restaurantes, Cafeterías y Bares. Ed. Central de Artes Gráficas. Madrid, 1993.

- INE. Encuesta sobre la estructura de las empresas de restauración. 1989.

- CERRA, J.: Gestión de Producción de Alojamiento y Restauración. Edit. Síntesis, 1991.

- Renta Nacional y su Distribución Provincial. Banco Bilbao Vizcaya. Años 1985, 1987, 1989 y 1991.

- Estudio sobre la evolución de los precios en el sector de los restaurantes. FER, 1991. Madrid.

- Panel de Consumo Alimentario 1993. Alimentación en España 1993. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

- "El fast-food en alza", Tenedores y Estrellas: Revista para los Profesionales de Cafeterías, Hoteles y Restaurantes nº 43.

- LUMBERG, D.E.: The Hotel and Restaurant Bussiness. (Trad. LLORIA, J.) Edit. C. Técnicas y Científicas, S.A.

- CUADRADO ROURA, J.R. Los servicios en España. Edit. Pirámide, Madrid, 1993.

- Anuarios de A.C. Nielsen Company, años 1993, 1994 y 1995.

- BERG, L. van den et alli. "Gestión del Turismo en las grandes ciudades". El Turismo Metropolitano en Europa. Nº 125 (1995).