

HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

APROXIMACIÓN A UNO DE LOS SECTORES MÁS DINÁMICOS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

■ VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO



La definición del término turismo resulta cada vez más difícil como consecuencia de la variedad de servicios que se prestan en la frontera de lo que habitualmente se ha considerado como tal actividad. Esto es, la hostelería, la restauración, la comercialización de ciertos productos, los medios de transporte o, incluso, los productos financieros han conseguido generar un abundante abanico de posibilidades a todos aquellos individuos que, no basados en aspectos lucrativos, pretenden llevar a cabo un desplazamiento y permanecer fuera de su hogar con el consiguiente gasto de renta.

Además, han concurrido en las cuatro últimas décadas toda una serie de factores económicos, sociales, jurídicos, tecnológicos y de globalización que han contribuido notablemente a la configuración de un entorno mudadizo para la delimitación de la actividad turística (Figuerola, 1985). En este sentido, debe atenderse, cuando menos, a los siguientes:

- Desde la perspectiva económica hay que resaltar la creciente participación de esta actividad en el valor añadido bruto (VAB), en la generación de puestos de trabajo o en el volumen de inversiones y, adicionalmente, su

repercusión en otras variables como el nivel de precios o la propensión al ahorro. Sin embargo, ha sido el incremento de la renta per cápita el principal factor que ha generalizado el consumo de servicios turísticos conforme a lo enunciado por Engel, es decir, ante un aumento en los ingresos de los individuos se destina un porcentaje de los mismos cada vez menos significativo para cubrir necesidades básicas mientras que, por el contrario, aumenta la participación en el consumo de bienes y servicios de carácter superfluo.

- Los cambios sociales han supuesto que un volumen importante de perso-



CUADRO Nº 1

DIFERENTES FORMAS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN



nas realice determinados desplazamientos con fines meramente recreativos. Así, la configuración de un mercado de deseos apoyado en los fenómenos publicitarios, el incremento del nivel cultural, las variaciones en la estructura familiar, la homogeneización de los patrones de comportamiento o la comercialización de "actividades de aventura y riesgo seguro" han originado situaciones que difícilmente hubiesen sido predecibles hace unos años (Casares, 1995).

•Las disposiciones jurídicas han influido en la proliferación de las actividades turísticas desde una doble vertiente. En primer lugar, han supuesto el reconocimiento generalizado de un

periodo vacacional para todos los trabajadores que, además, resulta remunerado; y, en segundo lugar, han permitido la instrumentalización de reglamentaciones específicas como, por ejemplo, las referidas a la defensa de los consumidores de estos servicios.

•Las innovaciones y nuevas aplicaciones tecnológicas han quedado ejemplarizadas con el desarrollo de los medios de transporte o las posibilidades de construcción de infraestructuras de comunicación y alojamiento que, por tanto, han supuesto un nuevo marco para el progreso de actividades como la hostelería o la restauración.

•Y, por último, los procesos de globalización o internacionalización que

están afectando a la mayor parte de los temas económicos que son abordados en la actualidad, han supuesto que los servicios turísticos ofrecidos a los individuos, aún siendo de distintos países, sean similares o muy parecidos.

Conforme a todo lo anterior, la hostelería y la restauración se han convertido en los pilares más importantes de la economía turística. En consecuencia, la oferta básica de estas actividades está formada por todos aquellos establecimientos, bienes y servicios que son capaces de cubrir las necesidades e inquietudes de los individuos.

El cuadro nº 1 pretende salvar la escasa concreción que se deriva de la definición anterior aunque, al mismo





tiempo, pone de manifiesto la diversidad de fenómenos que tienen cabida en la misma.

CARACTERÍSTICAS DE LA HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

Por otra parte, en las actividades de hostelería y restauración es posible extraer una serie de características particulares (Bull, 1996):

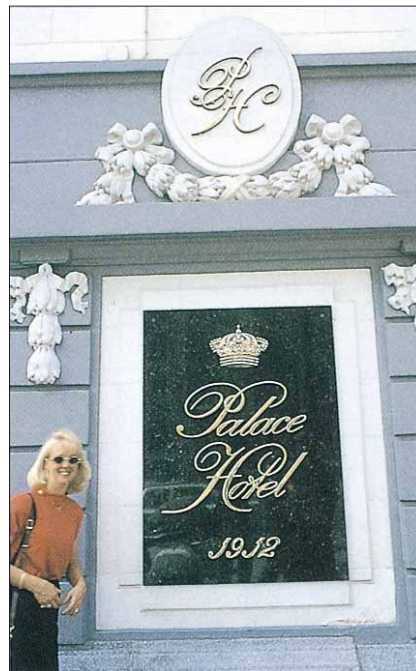
1. Los consumidores de estos servicios tienen la necesidad de desplazarse y, por tanto, deben emplear tiempo y dinero para disfrutar del mismo.

2. La variedad de los atributos del producto-servicio suponen una competencia monopolística entre los oferentes, por ejemplo, en términos de calidad, atención al cliente o surtido.

3. El mercado queda articulado en varios niveles con diferentes marcos de acción para cada empresa -internacional, nacional o local- a pesar de la gran heterogeneidad de los oferentes.

4. El producto-servicio ofrecido, debido a su enorme variedad, no está sujeto a una utilidad marginal rápidamente decreciente conforme se va consumiendo en unidades adicionales.

5. Los consumidores no tienen una información perfecta sobre el producto-servicio antes de comprarlo y, además, no están capacitados para obtenerlo en las mismas condiciones en otro lugar puesto que éste se caracteriza por ser perecedero y, en un porcentaje representativo, no tangible.



6. Los recursos que se precisan para ser oferente del producto-servicio son indivisibles, es decir, no se pueden adaptar a los diferentes niveles de demanda.

En su conjunto, las anteriores notas sobre la hostelería y la restauración hacen que sea complicada la comparación con otras tareas del sector terciario y, al mismo tiempo, exista dificultad para valorar, regular o promover el ámbito de estas actividades.

Los artículos que se presentan a continuación están dirigidos a profundizar en todos estos aspectos.

Así, en el primero de ellos, La actividad hotelera en España: una revisión desde la perspectiva de la oferta y la demanda, se presentan dos partes diferenciadas. La primera sirve para analizar la estructura del sector, la evolución que ha experimentado en términos de capacidad, la distribución geográfica de los establecimientos y la participación económica tanto en la producción como en el empleo. La segunda parte se aborda desde la perspectiva de la demanda y atiende al número de viajeros, pernoctaciones, zonas turísticas con mayor afluencia y caracterización del viajero nacional frente al viajero extranjero.



Por otra parte, en las actividades de restauración en España: situación y tendencias se recoge un estudio detallado sobre el servicio de alimentación localizado fuera del hogar. En este sentido, aparecen las principales cifras y características que tienen los restaurantes, cafeterías y bares. Además, se incluye una revisión de las formas y técnicas de restauración más relevantes.

Y, finalmente, el tercer artículo, Análisis de los hábitos de compra y consumo en las actividades de hostelería y restauración, profundiza en las relaciones que los responsables de estos negocios deben mantener con los diferentes proveedores de alimentación perecedera y no perecedera. Además de cuantificar el consumo en alimentos y bebida, se plantea la distribución del gasto por formas de aprovisionamiento y áreas geográficas.

Por último, este artículo recoge, por un lado, los resultados de dos análisis Delphi sobre el aprovisionamiento de la hostelería y restauración; y, por otro lado, la repercusión que tienen estas actividades sobre la evolución del nivel general de precios. □

VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO

Facultad de C. Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid

(El autor de este artículo introductorio ha elaborado también todos los trabajos que se incluyen a continuación sobre hostelería y restauración)

