



El sector de la restauración en España

JOSÉ LUIS GUERRA

Adjunto a la presidencia de la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR)

Hace poco más de veinte años, la restauración era todavía un sector desconocido en sus magnitudes de producción y empleo. La información se reducía a los datos que se publicaban en el Anuario de la Dirección General de Turismo, en el que se recogían el número de restaurantes por provincia, con el número de plazas y categoría de tenedores, y el número de cafeterías con igual detalle de categoría (expresada en número de tazas), plaza y distribución provincial. De los cafés-bares –esa era la denominación oficial– no se publicaba información alguna, porque habían quedado fuera de la ordenación turística llevada a cabo en 1965 por el ministro Fraga Iribarne, y la administración turística del Estado no se ocupaba de ellos.

Esta situación cambió radicalmente cuando, en 1987, la Federación Española de Hostelería publicó, con la colaboración de American Express, el primer estudio económico sobre los restaurantes en España, que había sido elaborado por el profesor Figuerola. La aparición de este estudio causó una fuerte conmoción en el sector de la hostelería y el turismo y aun entre los propios expertos, pues, contra lo que era opinión generalizada sin cuestionamiento alguno, los datos del estudio evidenciaban que el conjunto empresarial de los restaurantes superaba con mucho al de los



hoteles tanto en creación de empleo como en generación de riqueza.

La conmoción fue aún mayor cuando, en 1991, el Instituto Nacional de Estadística publicó los resultados de una macroencuesta sobre la estructura de las empresas de restauración y los cafés-bares emergieron del desconocimiento general como el grupo de empresas más importante de la hostelería tanto en volumen de ventas como en creación y mantenimiento de empleo.

Con estos datos quedaba básicamente elaborado por primera vez en la historia el mapa económico y empresarial de la hostelería española, aunque posteriormente habría de completarse con los datos correspondientes a la restauración social o de colectividades.

EL NOMBRE DE RESTAURACIÓN

Es sorprendente la variedad y dispersión de los términos que se siguen empleando para referirse a la actividad empresarial

consistente en el servicio de alimentación fuera del hogar. Todavía hay quienes utilizan el término food service, otros lo denominan Horeca (anteponiendo los términos de canal o sector) y otros recurren al binomio terminológico de hostelería-restauración.

El término de food service simplemente está de más cuando se habla en español. El de Horeca tiene su origen en el de la organización empresarial de ámbito internacional, con sede en Suiza, que representaba a la hostelería y cuyo nombre estaba formado por las sílabas iniciales de HOteles, REstaurantes y CAfés. Esta organización empresarial se fusionó con la Asociación Internacional de Hoteles a mediados de los años 90 para formar la actual IH&RA (International Hotel & Restaurant Association).

La utilización del binomio hostelería-restauración lleva a la confusión y a la redundancia, pues en él se está utilizando simultáneamente el todo y la parte. La hostelería es el sector formado por dos ramas de actividad: el alojamiento u hos-

pedaje y la restauración. Esta es la terminología que se utiliza en derecho laboral, en la negociación colectiva del sector, en los decretos autonómicos de ordenación del sector, en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 55) y es asimismo la utilizada por el Instituto Nacional de Estadística.

El origen del término restauración está vinculado a la aparición del restaurante en el entorno de la Revolución francesa, cuando los grandes chefs se vieron sin empleo en las casas de los nobles y pusieron su oficio de alta cocina al servicio de la burguesía. Según relata Manuel Martínez Llopis en su *Historia de la Gastronomía*, uno de éstos, de nombre Boulanger, abrió en París uno de estos nuevos establecimientos y colgó un cartel en su puerta con un latín que remedaba una sentencia evangélica: "Venite ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vobis" (Venid a mí todos los que trabajáis con el estómago y yo os restauraré). Esta utilización del verbo restaurar hizo fortuna en el París de la época y se extendió para denominar al oficio, restauración; al oficial, restaurador, y al establecimiento, restaurante. Hace ya de eso más de doscientos años.

LAS EMPRESAS DE RESTAURACIÓN

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. Hay tabernas, bocadillerías, sandwicherías, creperías, hamburgueserías, bares, cafeterías, marisquerías, cervecerías, restaurantes temáticos, étnicos, de cocina tradicional, de alta cocina, bodegas, vinotecas... Este ha sido un campo en el que la innovación ha estado siempre presente, si bien parece que en los últimos años se viene acentuando la aparición de lo que hoy se denominan nuevos "conceptos" de restauración.

Toda esta amplia variedad se encuentra enmarcada, sin embargo, en los tipos o categorías básicas de empresas de res-

tauración que se fijaron en la ordenación jurídica del sector turístico realizada en 1965 y que posteriormente ha sido reproducida en las normativas autonómicas, con la única novedad mencionable de que también han reconocido a los bares el carácter de empresa turística.

Estos tipos básicos de empresas son: restaurantes, cafeterías y bares, a los que han de sumarse también las empresas de colectividades y catering.

Al igual que los hoteles, que están sujetos a una clasificación de categorías por estrellas, también las empresas de restauración tienen asignada administrativamente una categoría que en los restaurantes se expresa en número de tenedores y en las cafeterías en número de tazas. Pero, a diferencia de lo que ocurre en los hoteles, esta clasificación de categorías no tiene vigencia alguna en el mercado y la que pudiera pervivir residualmente no se corresponde con la cualificación real del establecimiento. De hecho, los mejores restaurantes de España, los de mejor servicio y mejor valorados por las guías gastronómicas, no ostentan la categoría máxima de cinco tenedores, sino la más modesta de dos. La razón de este hecho es que a finales de los años 80, el tipo de IVA que pesaba sobre los restaurantes de 3, 4 y 5 tenedores era del 12%, en tanto que para los restaurantes de 2 y 1 tenedores era del 6%. Los tenedores salían fiscalmente muy caros y no aportaban nada al prestigio del restaurante ni a su posición en el mercado.

LA EXPANSIÓN DEL SECTOR

La restauración es un sector cuyo crecimiento se ha mantenido por encima de la media de la economía española desde los años 60; un crecimiento sostenido de oferta, volumen de ventas y de empleo, que ha hecho posible que la contribución de la restauración a la economía española se sitúe, en datos de 2007, en algo más del 6% del PIB.

El principal motor del crecimiento de la restauración ha sido el desarrollo socioe-

conómico que se ha producido en España y que implica un crecimiento de la población laboral y de la renta disponible e importantes cambios sociales, como la incorporación de la mujer al trabajo externo, con el consiguiente incremento de la alimentación fuera del hogar.

Otros factores que pueden apuntarse son el crecimiento del turismo, la progresiva valoración social de la gastronomía, la aparición de nuevos segmentos de demanda de restauración, como los jóvenes y la tercera edad, y la vinculación de las nuevas ofertas de restauración organizada con otros consumos, como el ocio y los centros comerciales.

El cuadro 1 recoge el crecimiento de la oferta a través del número de estableci-

mientos de los distintos grupos de empresas de restauración entre 2000 y 2007.

El crecimiento del número total de establecimientos de restauración de 2000 a 2007 fue del 10,2%. Pero el dato de mayor interés y significación es el diferente crecimiento experimentado por los distintos grupos empresariales.

Lo que más llama la atención de la oferta de la restauración española es el elevado número de bares, que supone más del 68,5% del total de los 354.152 establecimientos censado en 2007 por las comunidades autónomas. Esto contrasta con el hecho de que el grupo de bares es el único que no registra crecimiento en el período considerado, sino que experimen-

CUADRO 1

Crecimiento de la oferta de restauración por tipos de establecimiento

| AÑO | RESTAURANTES | CAFETERÍAS | BARES | COLECTIVIDADES | TOTAL |
|------|--------------|------------|---------|----------------|---------|
| 2000 | 55.238 | 12.800 | 244.053 | 9.280 | 321.271 |
| 2007 | 81.989 | 15.624 | 243.627 | 12.912 | 354.152 |
| Δ % | 48,4 | 22,1 | -0,2 | 39,1 | 10,2 |

FUENTE: Los Sectores de la Hostelería 2007, FEHR.





SERPESKA[®]
GRUPO MOZOS

Selección Natural



EN 24 HORAS
DEL MAR A SU MESA

ta un ligero retroceso del 0,2%, lo cual se corresponde, previsiblemente, con el inicio de un redimensionamiento tendente a restablecer el equilibrio entre demanda y oferta, dado el actual exceso de oferta que supone la existencia de un bar por cada 189 habitantes.

Este retraimiento del grupo de los bares deja en evidencia que el crecimiento de la oferta a través del número de establecimientos ha corrido a cuenta de los otros grupos: el de restaurantes es el que experimenta el mayor crecimiento (48,4%), seguido por el de colectividades (39,1%) y cafeterías (22,1%).

LA PRODUCCIÓN DE LA RESTAURACIÓN

El crecimiento del sector se manifiesta también en la producción o volumen total de ventas, que en el año 2000 ascendía a 68.755 millones de euros y que en 2007 alcanzó la cifra de 107.266 millones, lo que representa un 6,1% del PIB de la economía española.

El crecimiento de la producción del conjunto empresarial de la restauración en el período 2000-2007 ha sido de un 31% en euros constantes.

El mayor volumen de producción, con un 53% del total del sector, corresponde al grupo de bares, que, sin embargo, es el grupo que menos crece en términos relativos (un 18%). El grupo que más crece en facturación es el de cafeterías (52%), seguido por el de restaurantes (50%) y el de colectividades (41%).

Esta diferencia en el ritmo de crecimiento ha llevado a un cambio en la distribución de la producción por grupos de empresas a lo largo del período en consideración (ver cuadro 4).

Estos datos ponen de relieve el hecho de que el crecimiento de la restauración en España está encabezado por las cafeterías y restaurantes. Y ello está sin duda relacionado con el hecho de que son estas categorías administrativas de cafetería y restaurante en las que se están inscribiendo las grandes empresas de restauración organizada que se está



CUADRO 2

Crecimiento de la producción en euros corrientes. Millones

| AÑO | RESTAURANTES | CAFETERÍAS | BARES | COLECTIVIDADES | TOTAL |
|------|--------------|------------|--------|----------------|---------|
| 2000 | 14.243 | 8.835 | 40.328 | 5.349 | 68.755 |
| 2007 | 24.934 | 15.635 | 57.772 | 8.924 | 107.266 |
| Δ % | 75,1 | 77,0 | 43,3 | 66,8 | 56,0 |

FUENTE: Los Sectores de la Hostelería 2007, FEHR.

CUADRO 3

Crecimiento de la producción en euros constantes. Millones

| AÑO | RESTAURANTES | CAFETERÍAS | BARES | COLECTIVIDADES | TOTAL |
|-----------|--------------|------------|--------|----------------|--------|
| Base 2000 | 14.243 | 8.835 | 40.328 | 5.349 | 68.755 |
| 2007 | 21.365 | 13.429 | 47.587 | 7.542 | 90.069 |
| Δ % | 50 | 52 | 18 | 41 | 31 |

FUENTE: Los Sectores de la Hostelería 2007, FEHR.

CUADRO 4

Distribución de la producción. Porcentaje

| | 2000 | 2007 |
|----------------|------------|------------|
| Restaurantes | 20,8 | 23,7 |
| Cafeterías | 12,8 | 14,9 |
| Bares | 58,6 | 53,0 |
| Colectividades | 7,8 | 8,4 |
| TOTAL | 100 | 100 |



incorporando al mercado en los últimos años.

UN SECTOR EN TRANSFORMACIÓN

La restauración, desde sus inicios como actividad empresarial, ha estado y está en un continuo proceso de cambio y transformación, incorporando nuevos productos y tecnologías y acoplándose a los cambios sociales y económicos que se han ido produciendo. Quizá pudiera decirse –aunque acaso sea arriesgado desde una visión histórica de largo alcance– que en los últimos tiempos se ha acelerado el ritmo del cambio y la profundidad de las transformaciones.

Está cambiando el modelo de empresa. En este sentido se ha señalado que la restauración ha iniciado el camino que la distribución ha recorrido en los últimos veinte años, en una evolución de parámetros muy similares. El modelo hasta hace poco predominante de microempresa familiar, de producción y gestión artesanal, ha cedido el paso a otro modelo en el que las grandes empresas, con su gestión profesionalizada, fuerte poder de compra, estandarización de procesos y economías de escala, ocupan un lugar estratégico en el sistema.

Esto nos lleva a analizar el colectivo empresarial de la restauración desde otra perspectiva:

1. **Restaurantes de alta cocina.** Se trata de un reducido número de establecimientos (menos del 2% de los casi 82.000) de producción artesanal con una escasa participación económica en el conjunto del sector, pero con una gran capacidad para generar y marcar líneas de innovación culinaria y tendencias gastronómicas. Nunca ha habido en nuestro país ni tantos ni tan buenos restaurantes. Se han situado a la cabeza de la vanguardia internacional y, con gran fuerza mediática, forman parte de la nueva marca internacional de España.

2. **Restauración independiente** (no coincide exactamente con la denominada restauración tradicional, porque también



en las empresas independientes existen importantes actuaciones de actualización e innovación tecnológica y culinaria). Está integrada por la mayor parte de las empresas de restauración y su cuota de mercado se mantiene por encima del 80% del total del sector. Sus características más destacadas son su reducida dimensión (la inmensa mayoría son pequeñas empresas y microempresas) y el exceso de oferta en determinados segmentos, sobre todo en el grupo de bares. Pero destaca su resistencia y la persistencia de su crecimiento, aunque quizá aminorándose, frente al empuje de las nuevas modalidades de restauración impulsadas por grandes empresas.

3. **Restauración organizada:** grandes cadenas de establecimientos en propiedad y/o franquicia, con un modelo de producción industrial y centralizada, con un modelo de gestión empresarial avanzado y un abanico muy amplio de marcas y conceptos diseñados para captar las nuevas tendencias de la demanda. Su cuota de mercado se está acercando progresivamente al 20% y es el segmento que en estos últimos años ha mantenido el mayor ritmo de crecimiento.

4. **El grupo de colectividades** se define porque el servicio de alimentación que prestan no es contratado ni pagado por

los consumidores, sino por otras entidades como son las empresas o instituciones. Aunque en el censo de estas empresas predominan las pequeñas y medianas empresas, la mayor cuota de mercado corresponde a unas pocas empresas grandes y muy grandes, con gran capacidad de actuar en economía de escala. El fuerte crecimiento de este subsector de la restauración se debe a que hace relativamente poco tiempo que en España las instituciones (empresas, colegios, hospitales, cuarteles, prisiones, etc.) han comenzado a exteriorizar los servicios de cocina y comedor que antes realizaban en régimen de autogestión.

5. **El catering** o provisión de comidas preparadas es otra modalidad de empresa o servicio de restauración, incluyendo por lo general el servicio de las mismas y con una oferta de muy amplia gama que puede incluir el servicio de alimentos y bebidas en los aviones y otros medios de transporte a eventos y banquetes con menús de platos de gran elaboración culinaria.

En el proceso de innovación y desarrollo actual de la restauración destacan, entre otros, los siguientes aspectos:

- La entrada en el mercado de grandes empresas y el hecho de que, cada vez más, existen empresas cuya producción abarca diferentes modalidades de restauración, como puedan ser restaurantes gastronómicos de carta, servicios de catering y colectividades.
- El desarrollo de la nueva restauración –que incluye la restauración organizada, pero no se limita restrictivamente a ésta– está siendo posibilitado e impulsado por la innovación tecnológica no sólo en el ámbito de las TIC, sino también, de forma muy importante, en el ámbito de la producción y de las elaboraciones culinarias, y asimismo por la existencia de operadores logísticos especializados en atender las necesidades del sector.
- Los cambios también están afectando al conjunto de la oferta y de la cultura gastronómica, en la que actualmente pueden distinguirse distintas

líneas de desarrollo. Por un lado, la globalización de la que son muestra las ofertas de las grandes multinacionales de la comida rápida, pero también de los restaurantes de cocinas de todo el mundo y el desarrollo de una alta cocina de fusión de distintas culturas culinarias. Por otro lado, la pervivencia de una tradición gastronómica, profundamente arraigada, que se valora como un preciado patrimonio, y que es el medio cultural en el que ejercen su actividad la mayor parte de los establecimientos de restauración de nuestro país.

EL EMPLEO EN RESTAURACIÓN

Las empresas de restauración dan empleo a un total de 1.161.400 personas, según los últimos datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) referidos al tercer trimestre de 2008. Esto representa el 5,7% del total de la población ocupada española y el 42,3% de ocupados en el sector del turismo.

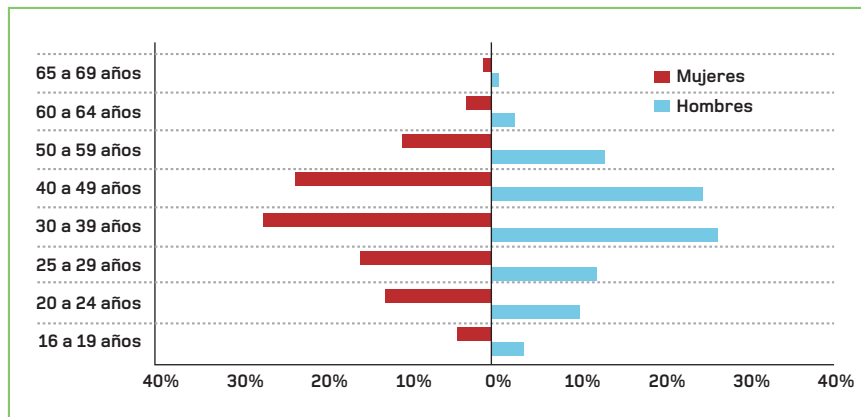
La mano de obra ocupada en restauración presenta una cierta preponderancia de mujeres frente al número de hombres. De 1.161.400 personas ocupadas, 653.000 son mujeres (56%) frente a 508.200 varones (44%). En los últimos años esta diferencia se ha acentuado, aumentando el porcentaje de mujeres y disminuyendo el de los hombres: en 2006 las mujeres representaban el 53% y los hombres el 47%, y en 2007, el 55% fueron mujeres siendo el 45% hombres.

Por edades, la franja en la que se sitúa mayor concentración de trabajadores es la que va de 30 a 39 años de edad, con un 28% del total. Si se amplía el dato a los ocupados en restauración de 30 a 49 años el porcentaje se eleva hasta el 53%.

Es importante la disminución de presencia de mujeres a medida que se avanza en la franja de edad. Eliminando del análisis a las personas ocupadas que se sitúan en las franjas extremas de edad, es decir, a las personas situadas entre

GRÁFICO 1

Distribución ocupados en restauración. III trimestre 2008



16 y 19 años y a las de más de 60 años, es significativa la diferencia entre el porcentaje del 62% de mujeres entre 20 y 24 años frente al 35% de mujeres en el intervalo de 65 a 69 años. El hecho anteriormente señalado de que cada vez sea mayor el porcentaje de mujeres en hostelería, está íntimamente relacionado con el dato de que el porcentaje de mujeres sea mayor entre las personas ocupadas jóvenes que entre las más mayores.

Un factor que no se puede dejar pasar por alto para hacer un análisis completo del empleo en la hostelería es la alta rotación de personal que se da en las empresas del sector. El 29% de los empleados hace menos de un año que ha cambiado de empleo y el 42% ha cambiado de empleo en los últimos dos años. La inestabilidad en las plantillas de las empresas hosteleras provocada por la alta rotación ha llevado a las entidades empresariales de la hostelería a buscar vías de solución a este problema.

En concreto, la Federación Española de Hostelería lleva más de seis años trabajando en la regularización y ordenación de los fenómenos migratorios y en la contratación en origen de personal extranjero con experiencia y cualificación en el sector hostelero a través del proceso establecido para el contingente de trabajadores extranjeros.

Los últimos datos de la Encuesta de Población Activa que desglosa los datos de personas extranjeras ocupadas en hostelería datan de 2006. En ese mo-

mento, el total de personas empleadas en hostelería era 1.402.696, el 27% de las personas ocupadas en hostelería era de origen inmigrante. Según los datos de la EPA del tercer trimestre de 2008, los ocupados extranjeros en el ámbito del turismo (donde se incluye el sector de la hostelería entre otros) eran 599.579 personas, el 22% del total de personas ocupadas en turismo, un 5,6% más que en el mismo periodo de 2007.

Esta fuerte presencia de mano de obra extranjera ha llevado al sector a gestionar la integración de la mano de obra extranjera contratada, a un alto grado de diversidad en sus plantillas y a la necesidad creciente de incluir en sus políticas de recursos humanos cuestiones referentes a la gestión de la diversidad.

Para atender a estas necesidades del sector, en junio del presente año, FEHR, junto con el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, ha firmado un convenio de colaboración con la Dirección General de Integración de los Inmigrantes, de la Secretaría de Estado e Inmigración, cofinanciado por el Fondo Social Europeo. El objetivo de este convenio es la realización de acciones dirigidas a facilitar la integración y adaptación de los colectivos de inmigrantes al entorno socioeconómico español reforzando el proceso de incorporación laboral de trabajadores inmigrantes, fomentando el espíritu innovador y el autoempleo de este colectivo y mejorando la gestión de la diversidad en la empresa. ■

Federación Española de Hostelería

La Federación Española de Hostelería (FEHR) fue creada el 7 de julio de 1977 y es la única organización empresarial que representa al sector de la restauración a nivel estatal. En ella están representados los grupos empresariales de bares, cafeterías, cadenas de restauración moderna, colectividades, ocio nocturno y restaurantes.

La Federación Española de Hostelería tiene como misión defender los intereses y promover el desarrollo económico y social del sector de la restauración en beneficio del interés de la industria en general.

Para ello desarrolla las funciones que tiene encomendadas, como la representación y defensa de los intereses y derechos de los empresarios hosteleros, la promoción y desarrollo del asociacionismo empresarial, la participación en proyectos nacionales y transnacionales que mejoren la competitividad y el beneficio del sector, y la organización de jornadas, ferias y cualquier otra actividad relacionada con el desarrollo de la hostelería en su conjunto, que contribuya a incrementar el prestigio y dignificación del sector, sus asociaciones y sus empresas.

75 ASOCIACIONES FEDERADAS

La Federación Española de Hostelería está integrada por 75 asociaciones de ámbito autonómico y provincial distribuidas por toda la geografía de España. Dos de éstas, la Asociación de Cadenas de Restauración Moderna (FEHRCA-REM) y la Asociación de Empresarios por la Calidad del Ocio (ECO), son de ámbito estatal.

FEHR tiene, además, una proyección internacional específica, a través de "Aquí España", la Asociación de Restauradores Españoles en el Mundo.



Las asociaciones de FEHR suman un total de más de 100.000 empresas directamente asociadas, que representan un 32% del censo total de establecimientos de hostelería, pero que, por su mayor tamaño medio, suponen algo más del 70% del total de la producción y de los trabajadores en plantilla.

FEHR y sus asociaciones cuentan, en su conjunto, con un total de 700 profesionales en sus equipos técnicos para la prestación de servicios a las empresas asociadas.

Para llevar adelante sus actividades, FEHR cuenta con las siguientes entidades participadas:

- Formación y Consultoría para Hostelería S.L. FORHOS. Sociedad participada al cien por ciento por FEHR, que tiene por objeto principal la gestión de formación y consultoría de calidad.
- Fundación Hostelería de España. Tiene a FEHR como patrono y su objeto es la formación, la investigación y acciones sociales dentro del sector.
- Hostelería XXI S.A. Sociedad participada al cien por ciento por la Fundación Hostelería de España, que tiene por objeto el desarrollo de actividades mercantiles coadyuvantes de los fines de la Fundación.

FEHR es miembro de la junta directiva de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), de la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME) y de la Organización Empresarial de Hostelería de la Unión Europea (HOTREC).

Una de las actividades más destacadas de FEHR se centra en el ámbito de la comunicación, tanto hacia dentro del propio sector (empresarios y profesionales) y su entorno de proveedores de bienes y servicios como hacia el conjunto de la sociedad. Para ello, FEHR cuenta con una serie de boletines digitales, unos de acceso restringido a los asociados y otros totalmente abiertos que a partir de 2009 se convertirán en un portal de información hostelera. No obstante, el medio hasta ahora más importante es la publicación FEHR Hostelería. Se trata de una revista de calidad, tanto en lo que se refiere al tratamiento de su contenido como al diseño gráfico, y con una tirada de 40.000 ejemplares, de distribución gratuita, dirigida a empresarios y empresas de hostelería de toda España, así como a organismos oficiales e instituciones de todas las comunidades autónomas, y empresas comerciales proveedoras de equipamientos, bienes y servicios relacionadas con el sector. ■