

Hostelería y restauración

La demanda de alimentos y bebidas se vertebra en una doble dirección. Por una parte, los consumidores adquieren los alimentos y bebidas en los distintos establecimientos comerciales para, posteriormente, consumirlos en sus hogares. Por otra parte, los consumidores también acuden a establecimientos de restauración para cubrir sus necesidades de alimentación y, por tanto, el fenómeno de la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas está integrado en los gastos de los hogares: *restauración comercial* (cafeterías, bares, restaurantes independientes, restauración organizada, hoteles y consumo nocturno) y *restauración colectiva y social* (comedores de empresa, colegios, hospitales, cuarteles, residencias,...).

Los efectos de la pandemia de la COVID-19 han sido especialmente relevantes sobre el conjunto de las actividades de la restauración que tuvieron que cesar sus negocios o desarrollarlos con notables limitaciones durante los dos últimos ejercicios aunque en el año 2021 se atisban señales de una progresiva recuperación.

Según el *Informe UVE Market 2022*, después de un año marcado por el avance de las vacunaciones y la progresiva reducción de las restricciones en la hostelería, se produce un cambio de tendencia y comienzan a registrarse nuevas aperturas en el sector horeca, aumentando el número total de establecimientos abiertos en un 1,5% con respecto al año anterior, lejos aún de las cifras prepandemia. Esta recuperación se localiza, sobre todo, en los segmentos de ocio y alojamiento donde se contabilizan incrementos en el número de locales del 8,5% y del 14,3% respectivamente. El dinamismo de la actividad también es diferente dentro del territorio, siendo Islas Baleares y Canarias las comunidades autónomas que más han aumentado la reapertura de locales aprovechando el progresivo incremento en el turismo.

Por otra parte, conforme a la información ofrecida por la consultora NPD Group, la restauración organizada cerró 2021 con unas ventas de 7.576 millones de euros en España, apenas un 1% por debajo del negocio previo a la pandemia. En este sentido, se elevó la cuota de mercado de estas actividades



DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2021

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	69.811	28,5	80.365	29,3
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	14.811	6,0	18.999	6,9
Establecimientos de bebidas	160.580	65,5	175.029	63,8
Total servicios de comidas y bebidas	245.103	100,0	274.393	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2022).

hasta el 31,4% del total de la restauración comercial, casi 7 puntos más que en 2019. Desde la perspectiva de la demanda, NPD Group presenta un nuevo consumidor postpandemia caracterizado por ser optimista, más marquista, menos fiel, con nuevas rutinas y nuevos horarios, omnicanal, más digital y con mayor interés por la nutrición y la sostenibilidad.

En el mismo sentido de los datos anteriores, un informe elaborado por Alimarket evalúa la actividad realizada por 250 compañías y grupos de restauración organizada señalando que el sector recuperó en el segundo semestre de 2021 el volumen de actividad que había alcanzado en 2019, lo que le permitió facturar cerca de 8.400 millones de euros, cifra equivalente al 85% del negocio total registrado en el año previo a la pandemia.

Por otra parte, el Observatorio Sectorial DBK cuantifica el valor del mercado de comida rápida en 3.845 millones de euros para el año 2021, lo que supone un crecimiento del 24,4% respecto a 2020, año en el que había retrocedido un -25%. La reactivación económica, la progresiva eliminación de las restricciones al consumo en los locales y la expansión de la oferta favorecieron el comportamiento de las ventas. En este sentido, la oferta de establecimientos retomó en 2021 la tendencia creciente registrada en los años previos a la pandemia, cerrando el ejercicio con un total de 5.590 locales, es decir, unos 240 más que un año antes

Según DBK, las ventas en mostrador, muy mermadas en 2020 por el cierre temporal de establecimientos y la limitación de aforos, lograron un fuerte aumento en 2021 dentro del segmento de la comida rápida (crecimiento del 27,7%), hasta los 2.765 millones. Por su parte, las ventas de las actividades de delivery alcanzaron los 1.080 millones de euros (el 28% del total), tras aumentar un 16,8% en el ejercicio 2021.

Todos los tipos de establecimientos registraron una evolución positiva en 2021, destacando las hamburgueserías (crecimiento del 29,5%), que llegaron a



alcanzar un negocio de 2.175 millones de euros. A continuación, se situó el segmento de pizzerías (aumento del 9,4%) con un valor de las ventas de 700 millones de euros. Las bocadillerías, que reflejaron el peor comportamiento en 2020, lograron aumentar sus ingresos en un 21,5% en el último ejercicio, hasta situarse en 480 millones de euros.

Por tanto, con todas estas cifras, vuelve a recalcarse la idea de que el sector de la restauración está muy vinculado a la confianza y expectativas de los consumidores. Esto es, cuando las cosas van bien, las actividades de horeca crecen puesto que los individuos aumentan su demanda de alimentación fuera del hogar; por el contrario, cuando la coyuntura económica es negativa, se produce un retroceso inmediato de restaurantes, bares y cafeterías. Por tanto, la evolución futura de la restauración siempre está muy unida a la situación económica y a las expectativas de los consumidores. ■

A close-up photograph of a woven basket filled with fresh vegetables. In the foreground, several stalks of green asparagus are prominently displayed, showing their characteristic scaly texture. To the right, there are several white onions with their green stalks. In the bottom right corner, a portion of a bright red bell pepper is visible. The background is filled with dark, leafy greens, possibly lettuce or spinach. The lighting is soft, highlighting the natural colors and textures of the produce.

ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA 2022

PRODUCCIÓN · INDUSTRIA · DISTRIBUCIÓN · CONSUMO

mercasa



ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

25ª EDICIÓN 2022/2023

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ RAMÓN SEMPERE VERA

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y RR II: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro.

La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por hipermercados, supermercados, mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, bares y restaurantes de toda España.