

# El sector de la Hostelería, Restauración y Colectividades 2010



Departament d'Investigació  
i Estratègia de Mercat  
Octubre 2010

## ÍNDICE

<b>1</b>	<b>SITUACION GENERAL. COYUNTURA ECONOMICA INTERNACIONAL .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE LA HOTELERIA, RESTAURACIÓN, COLECTIVIDADES .....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....</b>	<b>6</b>
3.1	<b>ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA .....</b>	<b>6</b>
3.1.1	Estructura socioeconómica .....	6
3.1.2	El turismo .....	8
3.2	<b>EVOLUCIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN .....</b>	<b>12</b>
3.2.1	COMIDA PREPARADA .....	14
3.2.2	Restaurantes españoles con estrellas Michelin .....	14
3.3	<b>EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS .....</b>	<b>15</b>
3.4	<b>EVOLUCIÓN DEL SECTOR HOSTELERO .....</b>	<b>17</b>
3.5	<b>EVOLUCIÓN DE COLECTIVIDADES .....</b>	<b>20</b>
3.6	<b>EL SECTOR EN CATALUÑA .....</b>	<b>21</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISIS DE LA OFERTA .....</b>	<b>23</b>
4.1	<b>EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA PARA LA HOTELERÍA Y LA RESTAURACIÓN .....</b>	<b>23</b>
4.2	<b>EVOLUCIÓN DEL VENDING .....</b>	<b>27</b>
4.2.1	Evolución del mercado .....	27
4.2.2	Estructura de la oferta .....	27
4.3	<b>BALNEARIOS Y WELNESS .....</b>	<b>28</b>
4.3.1	Evolución de la actividad .....	28
4.3.2	Estructura de la oferta .....	28
4.4	<b>EL CAFÉ EN ESPAÑA .....</b>	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
4.4.1	Perfil del consumidor .....	¡Error! Marcador no definido.
4.5	<b>EL SECTOR DE LA LIMPIEZA .....</b>	<b>29</b>
<b>5</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>31</b>

## 1 SITUACION GENERAL. COYUNTURA ECONOMICA INTERNACIONAL.

A medida que va pasando el año 2010, se van confirmando dos rasgos especiales de la fase de recuperación de la crisis económica mundial.

- Primero, los indicadores de coyuntura aumentan su variabilidad, alternándose etapas en las que parece que se recupera la actividad con otras en las que se debilita amenazando con una nueva recaída en la recesión.

- Segundo, las disparidades geográficas se han agudizado.

En Estados Unidos su economía se orienta hacia una recuperación moderada. Para 2010 se pronostica un crecimiento del 2,8% que, en su mayor parte, se debe al impulso del primer trimestre. En el segundo trimestre la economía sufrió una notable desaceleración, pasando de crecer un 0,9% a un 0,4% intertrimestral.

La principal causa de la atonía de la actividad en Estados Unidos hay que buscarla en los problemas que afectan al consumo privado, para el que no se observan crecimientos superiores al 2% antes del final de 2011. El consumo se ve mermado por tres factores clave: el endeudamiento de las familias, la debilidad del mercado de la vivienda y un mercado de trabajo débil.

En la eurozona, las perspectivas parecen más favorables después de los datos del segundo trimestre, si bien todo debe medirse con prudencia. La tasa de crecimiento del producto interior bruto (PIB) alcanzó un ritmo elevado impulsado por la demanda interna, tanto por la inversión como por el consumo privado. Para 2011 la tendencia será algo más positiva, pero también débil en su conjunto.

Las perspectivas para Japón tampoco son muy positivas. En la primera mitad de 2010, se benefició de la recuperación del comercio mundial y de los estímulos fiscales al consumo. Estas medidas hacen que el crecimiento previsto para el conjunto de 2010 se acerque al 2,8%. Sin embargo, las previsiones para 2011 indican un crecimiento más moderado del 1,4%.

La economía china sigue avanzando a paso firme, demostrando su resistencia frente a la crisis. Con unas perspectivas de crecimiento alrededor del 9%-10% en 2010 y 2011, el gigante asiático se encuentra lejos de sufrir un retroceso. El crecimiento continúa dependiendo excesivamente del sector exterior y de la inversión.

Brasil también sigue ofreciendo datos espectaculares. En el segundo trimestre volvió a superar todas las expectativas con un crecimiento interanual del 8,7%. El aumento de las presiones inflacionistas que ello ha conllevado ha hecho que el Banco Central de Brasil inicie una senda de subidas del tipo de interés de referencia, 200 puntos básicos en lo que va de año.

**La economía española** presenta una progresión algo más lenta. Por lo que se refiere a la economía española, la recuperación mantiene un perfil similar a la del grupo de países avanzados, si bien el crecimiento es más lento y la perspectiva del segundo semestre de 2010 presenta mayores incertidumbres. El PIB aumentó el 0,2% en el segundo trimestre en relación con el primero, una décima más que tres meses antes. El volumen del PIB prácticamente se estabilizó respecto a un año antes, al registrar una tasa de variación interanual del -0,1%.

Destacar el dinamismo del consumo de las familias y de la inversión en bienes de equipo, que aumentaron en relación con el segundo trimestre de 2009, dejando atrás siete trimestres de caídas interanuales. Las previsiones parecen apuntar a que el gasto de las familias se revierta en el tercer trimestre del año perdiendo dinamismo.

En este sentido, los indicadores disponibles del periodo muestran de nuevo un descenso de la actividad. Las ventas minoristas, por ejemplo, retrocedieron el 2,3% en agosto con relación a doce meses antes y las matriculaciones de automóviles cayeron el 24% interanual en julio-agosto (agotados los fondos para ayudas directas a las compras del Plan 2000E). Estos indicadores de evolución del consumo privado, combinados con los de inversión y a falta de los datos de comercio exterior, apuntan a que el crecimiento del PIB en el tercer trimestre podría registrar una tasa levemente negativa.

Con todo, se han revisado ligeramente al alza las previsiones de crecimiento del PIB para el conjunto de 2010 hasta el -0,3%, debido principalmente a la incorporación de los cambios en las series de los componentes de la demanda introducidos por el Instituto Nacional de Estadística.

El camino hacia la plena normalización de la economía no está siendo fácil. Son muchos los riesgos que todavía peligran sobre las principales economías desarrolladas. En España, uno de los focos de tensión surgido hace pocos meses parece haberse controlado gracias a las decididas medidas de consolidación presupuestaria adoptadas en el pasado ejercicio y en el actual, y que también van a estar muy presentes en 2011.

La reducción del déficit público que ya se ha hecho patente en los ocho primeros meses de 2010 ha ayudado decisivamente a que en los mercados de deuda pública internacionales se diferencie a España del resto de países periféricos de la eurozona que, como Irlanda o Portugal, vuelven a sufrir los duros ataques de la crisis de la deuda soberana.

## 2 EL SECTOR DE LA HOTELERÍA, RESTAURACIÓN, COLECTIVIDADES

Se analiza en este estudio el mercado de la Hotelería, la Restauración, las Colectividades desde el punto de vista de la oferta y la demanda. Para acotar cada uno de estos sectores, se detalla la definición de lo que representan:

- **HOTELERÍA:** Contempla el alojamiento, los restaurantes y cafeterías de los propios hoteles. En este sector también se incluyen los espacios Wellness, que han crecido de una forma espectacular en estos últimos años.
- **RESTAURACIÓN:** En este apartado de los restaurantes se considera por una parte la venta de comidas para el consumo, normalmente en locales, y por otra, la venta de servicios de comida y complementos.
- **COLECTIVIDADES:** Se entienden las colectividades como un comedor colectivo, es decir comedores escolares, los destinados a la salud, etc.

La evolución de todos estos sectores ha sido muy positiva, pero en estos dos últimos años se presenta una tendencia descendente acorde con el contexto de crisis económica en el que nos encontramos. Según las previsiones, el sector continuará en retroceso en 2010 pero de forma mas moderada que en 2009. Esta ligera mejora es atribuible a la moderación de la recesión en la economía internacional.

España continúa siendo uno de los países de la UE más importantes en número de establecimientos hosteleros como bares, restaurantes, cafeterías, heladerías, quioscos, etc. (incluyendo todas las actividades sujetas al impuesto de actividades económicas, IAE).

Se puede observar que tanto el número de empresas en España por actividad principal como el número de locales, continúan en alza.

Las cifras obtenidas del Directorio Central de Empresas, del INE, son las siguientes.

### Número de establecimientos hosteleros en España. 2006-2009

NACIONAL	TOTAL EMPRESAS			
	2009	2008	2007	2006
Hoteles	12.290	12.294	12.220	11.694
Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración	10.718	10.224	9.687	8.968
Restaurantes	63.728	63.336	62.397	61.030
Establecimientos de bebidas	192.015	191.806	192.063	190.296
Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas	11.719	11.254	10.688	10.130

NACIONAL	TOTAL LOCALES			
	2009	2008	2007	2006
Hoteles	14.960	14.806	14.570	13.890
Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración	12.255	11.671	11.003	10.181
Restaurantes	71.442	70.641	69.298	67.457
Establecimientos de bebidas	202.592	201.941	201.783	199.425
Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas	13.511	12.912	12.293	11.643

Fuente: INE-Dirce- y elaboración propia

*Nota: Una empresa registrada puede tener más de un local en funcionamiento. Siempre el número de locales será más alto que el de empresas.*

### 3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA DEL SECTOR

#### 3.1 ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

La evolución de la demanda del sector de la Hostelería, Restauración y Colectividades está directamente relacionada con los siguientes factores: la estructura socioeconómica del país y el turismo.

A continuación se analizan estos dos aspectos.

##### 3.1.1 Estructura socioeconómica

El sector hostelero es uno de los pilares de la economía española pero la grave situación de crisis que sufre el sistema se ha dejado notar un año más, si bien lo ha hecho con caídas mas leves que en el 2008 , lo que deja un pequeño espacio para la esperanza para una pronta recuperación.

La evolución anual de la población sigue incrementándose, según los datos del INE, pero en contrapartida la crisis económica ha provocado un importante aumento en el número de desempleados que se sitúa en 4.645.500 en el 2010.

#### Evolución de la población española en número de personas.

Años 2001-2009.

	Núm. de personas a 01 de enero
2001	41.116.842
2002	41.837.894
2003	42.717.064
2004	43.197.684
2005	44.108.530
2006	44.708.964
2007	45.200.737
2008	46.063.511
2009	46.745.807

Fuente: INE y elaboración propia

Por este motivo, y a pesar de que el desarrollo urbanístico y la consecuente distancia de la vivienda a los centros de trabajo obliga a las personas a comer fuera de casa, la situación de crisis actual han modificado considerablemente los hábitos de consumo fuera del hogar y se han reducido tanto en lo que se refiere a la frecuencia como al gasto.

En el siguiente apartado se comenta sobre el gasto en alimentación de los españoles y los cambios de hábitos de los consumidores.

### 3.1.1.1 El gasto en alimentación

Los importantes cambios demográficos, sociales y culturales, relacionados con los procesos de urbanización, industrialización, modificaciones en los ritmos de trabajo, transformación en los sistemas de distribución y comercialización, la completa incorporación de las mujeres al trabajo externo remunerado, la población inmigrante, los cambios de los modelos alimentarios, así como la delicada situación económica actual, han llevado a considerables modificaciones en la estructura de la dieta y del consumo alimentario español.

Según el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), el consumo alimentario en España en 2009 fue de 88.970 millones de euros, los cuales se distribuyen entre el 74% que se consume en los hogares; el 23% que se consume en Hostelería y Restauración y el 3% en Instituciones (colectividades).

#### Comparativa del consumo total de alimentación (según lugar de consumo). 2008-2009.

(Datos sobre los años móviles de Julio a Junio)

	Millones de euros 2007	Millones de euros 2008	Millones de euros 2009	Variac. 2009/2008 (%)	DIFERENCIA 2009-2008 Mill €)
Hogares	62.992	65.185	65.749	0,86%	564
Hotelería/Restauración	22.979	22.000	20.595	-6,39%	-1.405
Instituciones	2.044	2.597	2.626	1,12%	29
<b>TOTAL</b>	<b>88.015</b>	<b>89.782</b>	<b>88.970</b>	<b>-0,90%</b>	<b>-812</b>

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)

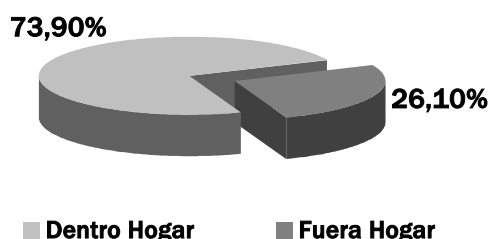
\*Año móvil de Julio 2007-Junio 2008

\*\* Año móvil de Julio 2008-Junio 2009

Se observa un cambio en los hábitos del consumo ya que debido a la crisis económica que marca el panorama español, se detecta que hay un descenso en el consumo en hostelería/restauración y aumenta significativamente el consumo dentro del hogar. Concretamente, el consumo en Hostelería y Restauración disminuye un 10% en dos años (2009 respecto a 2007), el consumo en los Hogares aumenta un 4,4% en este mismo periodo y el consumo en Colectividades aumenta un 28,5%.

Ante la situación económica actual, se han modificado los hábitos de consumo fuera del hogar.

#### Estructura del Gasto. 2009



Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)

Una tercera parte del gasto total en alimentación de los españoles se realiza fuera del hogar y está vinculado con la actividad diaria: individuos entre 18 y 44 años acuden a los establecimientos los días entre semana, consecuencia de la vida laboral debido a que el lugar del trabajo está lejos de la vivienda. Primamos comodidad, impulso y falta de tiempo.

Se han realizado al año 6.810 millones de visitas individuales a establecimientos. Sin embargo, se han reducido los consumos fuera de casa (-3,9%) y se contiene el presupuesto por ocasión (4,33€/visita).

Básicamente, se deja de consumir fuera los Fines de Semana, aunque uno se permite gastar un 50% más por ocasión estos días.

Los más jóvenes son los que más han modificado sus hábitos de consumo y los más mayores los que menos. El cambio de hábitos afecta principalmente a la frecuencia con que comen/cenan fuera de casa y al gasto, que en ambos casos se reduce.

El estudio del MAPA realizado sobre el *Consumo y la Distribución Alimentaria*, ya indicaba que un 13,4% de los entrevistados manifestaban haber renunciado en los últimos meses a comer en restaurantes y traerse de casa la comida y comerla en la empresa, en espacios al aire libre, etc. Este resultado aumenta a un 18,2% entre los jóvenes con edades entre 18 y 35 años.

Otro aspecto que se observa es que se dejan de consumir productos económicamente más altos (Mariscos, Cordero, Vinos,...), y se vuelve a consumir productos más básicos: Arroz, Cerdo y Pollo, Fruta, Pasta y Verduras.

Cuando se consume fuera del hogar, se prefieren los Bares/Cafeterías y los Restaurantes Menú, a la Carta y de Comida Rápida.

Y la pregunta que se plantea es: ¿Cómo es el consumidor fuera del hogar en tiempo de crisis?

- Modifican menos su comportamiento los individuos que más frecuentemente consumen fuera del Hogar. El consumidor fuera del Hogar es principalmente masculino, entre 25 y 45 años. Por áreas geográficas, se consume más fuera del Hogar en Andalucía, Levante y Madrid capital y en las principales grandes ciudades.
- Los individuos que más reducen sus consumos fuera del Hogar son:
  - ✓ Las Mujeres
  - ✓ Los Niños y Jóvenes, así como también los Retirados
  - ✓ Ciudades grandes de las regiones Catalana, Norte y Centro
  - ✓ Las salidas de familias de 3 y 4 miembros
  - ✓ Sin embargo, incrementan algo sus salidas los individuos de 45 a 54 años; las regiones de Andalucía y Canarias, la clase social media-baja y las salidas en grandes grupos.

### 3.1.2 El turismo

Al igual que en el sector de la restauración, la crisis económica también ha impactado en el sector turístico.

#### A NIVEL MUNDIAL

La recesión económica mundial, que ha predominado durante todo el año 2009, agravada por la incertidumbre en torno a la pandemia de la gripe A(H1N1), ha influido directamente en el panorama turístico internacional. Tanto la evolución de las llegadas de turistas internacionales como la de ingresos por turismo han experimentado descensos generalizados (según indican los datos recopilados por la Organización Mundial de Turismo (OMT) para cada uno de los países competidores).

Las llegadas de turistas internacionales por motivos de negocios, ocio u otros fines disminuyeron un 4% en 2009 y se quedaron en 880 millones de llegadas. Estas estimaciones suponen una ligera mejoría sobre anteriores previsiones, como resultado del repunte de un 2% en el último trimestre de 2009. Sin embargo, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial habían disminuido antes un 10%, un 7% y un 2%, respectivamente, en los tres primeros trimestres. Asia-el Pacífico y Oriente Medio lideraron la recuperación y el crecimiento volvió a ser positivo en estas regiones en la segunda mitad del 2009.

Así que los resultados de los últimos meses sugieren que la recuperación ya estaría en curso, si bien de forma muy moderada.

Como en crisis anteriores, en 2009 los consumidores tendieron a viajar a lugares más próximos a sus hogares. El turismo interno ha resistido la crisis mejor e, incluso, ha registrado un crecimiento significativo en



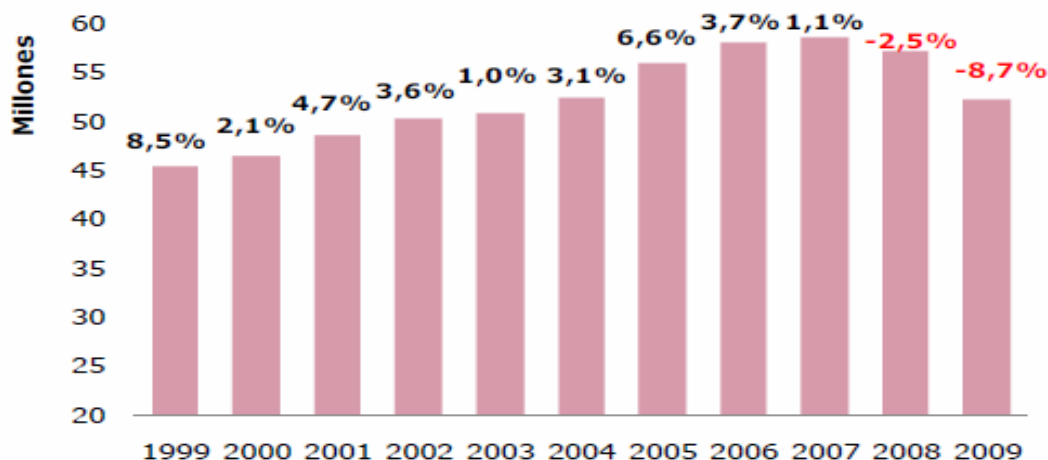
varios destinos, a menudo con el apoyo de medidas específicas de los gobiernos dirigidas a potenciar esta tendencia. Este fue el caso, entre otros muchos países, de Brasil, China y España, donde el mercado nacional, que representa una cuota importante del total de la demanda, ha contribuido a compensar parcialmente el declive del turismo internacional.

El crecimiento generalizado registrado en el último semestre de 2009, tras 14 meses de resultados negativos, ha contribuido a presentar un cierre de año mejor de lo esperado. El aumento del 2% del último trimestre de 2009 contrasta con los decrecimientos del 10%, el 7% y el 2% sufrido en los tres primeros trimestres del año, respectivamente.

## A NIVEL ESPAÑOL

Realizando un estudio más detallado por países, **España se posicionó como tercer destino turístico más visitado del mundo en 2009 por detrás de Francia y EEUU.** En 2009 las llegadas internacionales a España cierran el año con 52,2 millones de turistas, un 8,7% menos que 2008. A pesar de la caída, las cifras obtenidas suponen mantener la demanda turística en los niveles del año 2004, el quinto mejor año de la historia de nuestro país por número de turistas recibidos, lo cual, dadas las condiciones económicas adversas de este año, significa un resultado notable que consolida el peso a nivel internacional del modelo turístico español.

**Llegadas de turistas internacionales a España**  
Millones de turistas y variación interanual  
Años 1999-2009



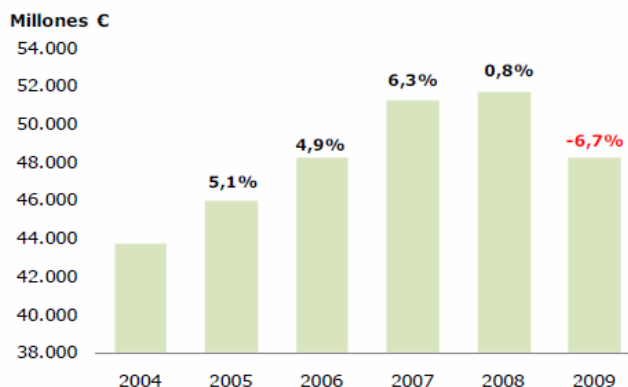
Fuente: IET. Movimientos Turísticos en Fronteras (Frontur).

Esa fortaleza ha propiciado unos resultados muy apreciables en la financiación del déficit comercial español, ya que gracias a los ingresos derivados de la actividad turística, la tasa de cobertura que se situaba en 2008 en valores en torno al 32% llegó a cerca del 60% a finales de 2009, lo que representa una contribución excepcional del turismo a la Balanza de Pagos.

Sin embargo, pese a esa buena noticia, no puede dejar de resaltarse que la evolución económica experimentada por los países que constituyen el grueso de la demanda turística hacia España, han atravesado un ejercicio 2009 condicionado por tasas de crecimiento económico regresivas y niveles de desempleo desconocidos en muchos de estos países durante décadas. Estos factores, por sí solos, ya son suficientemente explicativos de la disminución que han experimentado los registros de entrada de turistas y de gasto total realizado.

España capta un volumen notable de turistas con una capacidad de gasto turístico bajo. Y estos turistas son los primeros que han notado los efectos de la crisis económica y del desempleo, viendo reducir de forma contundente su capacidad de consumo, con que la opción de viajar tal como lo venían haciendo durante años ha desaparecido.

**Gasto total de los turistas internacionales llegados a España**  
Millones de euros y variación interanual  
Años 2004-2009



Fuente: IET. Encuesta de Gasto Turístico (Egatur).

A pesar de las cifras turísticas globales, que pueden transmitir una sensación de haber registrado un mal año a efectos del turismo español, cabe señalar que la valoración de los turistas respecto a la oferta encontrada y los servicios puestos a su disposición es altamente positiva.

Todo ello supone una excelente respuesta de los clientes del mercado turístico español, que debe servir para trabajar hacia la mejora continua y sostenible del modelo español de turismo y poder avanzar hacia un modelo cada vez más competitivo, exclusivo y sostenible.

Si se analiza la fidelidad de los turistas por mercados, de los tres principales emisores que recibe España, el británico es el que presentó el índice de fidelidad más elevado: el 91%.

Según Eurostat, **España fue el país de la Unión Europea que registró más pernoctaciones en sus hoteles durante 2009, con 252 millones.** Tras España se sitúan Italia (238 millones), Alemania (216 millones), Francia (191 millones) y Reino Unido (170 millones). Estos cinco países suponen más del 70% del total de noches en hotel realizadas durante 2009 en los 27 países de la Unión Europea.

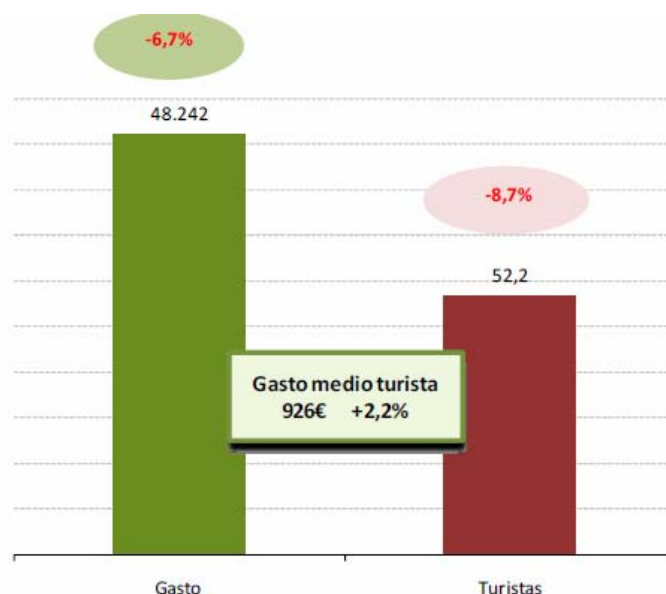
En el 2010, durante el mes de agosto se registraron 39,5 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, lo que supone un aumento del 9,3% respecto al mismo mes de 2009. Este aumento de las pernoctaciones se produce tanto entre los residentes, como entre los no residentes. La estancia media aumenta un 2,1% respecto a agosto de 2009, situándose en 3,9 pernoctaciones por viajero.

**Evolución de los Visitantes en España (en millones). Años 2004-2009.**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>TOTAL VISITANTES</b>	86	92,6	95,9	99,1	97,8	88,8
<b>Turistas</b>	52,4	55,9	58,2	59,2	57,3	52,2
<b>Excursionistas</b>	33,6	36,7	37,7	39,9	40,5	36,6

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (Frontur).

### Gasto total vs turismo internacional (millones) 2009



Fuente: IET(Frontur-Egatur)

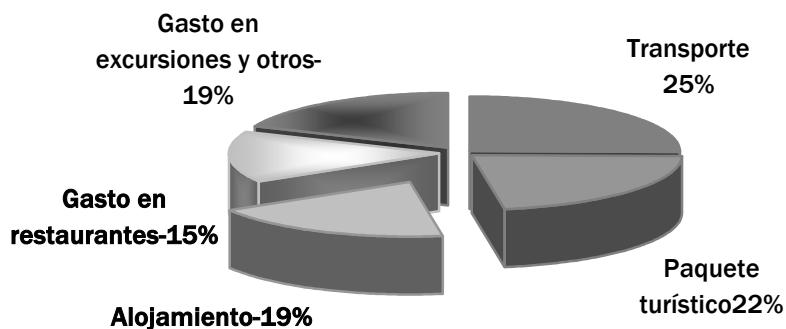
Por otra parte hay que tener en cuenta que el turismo tiene una gran importancia en lo que a generación de empleo se refiere al ser un sector intensivo en mano de obra.

Alrededor del 11% de los ocupados en la economía española en el 2009 lo están en alguna actividad turística, y en algunas economías regionales como las insulares el turismo tiene un gran peso, en torno al 25% del empleo.

En cuanto a la composición del gasto turístico, se pone en evidencia que la partida correspondiente al transporte fue la que más peso tuvo dentro del presupuesto total del viaje de los turistas recibidos en España, un 25,3%. En segundo lugar se sitúa el paquete turístico, que representó el 22,1% del gasto total y en tercer el alojamiento, que representa el 19,1% del gasto total. Los gastos propios de consumo en destino, tales como el gasto en restaurantes y el gasto en excursiones ocuparon los últimos puestos.

La distribución del gasto total realizado por los turistas llegados en España en 2009, se detalla en el gráfico siguiente.

### Distribución del gasto total de los turistas - 2009



Fuente: IET (Frontur).

Los turistas internacionales se concentraron principalmente en las comunidades autónomas situadas en el litoral mediterráneo. El 91% del flujo recibido se dirigió a las seis comunidades consideradas como principales receptoras. Son, por orden: Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía, Comunidad Valenciana y Comunidad de Madrid.

### 3.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR RESTAURACIÓN

Los cambios producidos en los últimos años en el estilo de vida, en los gustos de los españoles y en el volumen de ingresos dieron lugar a que se comiera cada vez más fuera de casa. El creciente número de cadenas de comida rápida y restaurantes establecidos en los centros comerciales y en los grandes hipermercados es una evidencia de esta nueva demanda.

El número total de restaurantes españoles va creciendo año tras año, tal y como se ve en el cuadro:

#### EVOLUCIÓN NUMERO DE EMPRESAS RESTAURACIÓN

NACIONAL	TOTAL EMPRESAS			
	2009	2008	2007	2006
Restaurantes	63.728	63.336	62.397	61.030
Establecimientos de bebidas	192.015	191.806	192.063	190.296
Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas	11.719	11.254	10.688	10.130

Fuente: INE-Dirce (Directorio Central de Empresas)

Se hace la diferencia entre las empresas de Restauración y el número de locales.

NACIONAL	TOTAL LOCALES			
	2009	2008	2007	2006
Restaurantes	71.442	70.641	69.298	67.457
Establecimientos de bebidas	202.592	201.941	201.783	199.425
Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas	13.511	12.912	12.293	11.643

Fuente: INE-Dirce (Directorio Central de Empresas)

En España, en 2009, había 71.442 locales de Restaurantes; 202. 592 establecimientos de bebidas y 13.511 comedores colectivos y provisión de comidas preparadas. En los tres casos, han aumentado el número de establecimientos respecto a los años anteriores.

La distribución de los Restaurantes por Comunidades Autónomas se representa en el siguiente cuadro:

**Censo de Establecimientos Restaurantes por CC.AA (2009)**

	Número de restaurantes 2008	Número de restaurantes 2009	% s/total 2009
Cataluña	11.967	<b>12.206</b>	<b>17,09%</b>
Com. Valenciana	10.036	<b>10.066</b>	<b>14,09%</b>
Andalucía	9.682	<b>9.743</b>	<b>13,64%</b>
Madrid	7.489	<b>7.663</b>	<b>10,73%</b>
Canarias	7.219	<b>7.264</b>	<b>10,17%</b>
Islas Baleares	5.104	<b>5.140</b>	<b>7,19%</b>
Galicia	4.048	<b>4.111</b>	<b>5,75%</b>
País Vasco	3.748	<b>3.661</b>	<b>5,12%</b>
Castilla y León	2.451	<b>2.464</b>	<b>3,45%</b>
Castilla la Mancha	1.808	<b>1.855</b>	<b>2,60%</b>
Murcia	1.548	<b>1.607</b>	<b>2,25%</b>
Aragón	1.511	<b>1.594</b>	<b>2,23%</b>
Asturias	1.398	<b>1.379</b>	<b>1,93%</b>
Cantabria	801	<b>813</b>	<b>1,14%</b>
Navarra	704	<b>698</b>	<b>1,00%</b>
Extremadura	654	<b>686</b>	<b>0,96%</b>
La Rioja	357	<b>358</b>	<b>0,50%</b>
Ceuta y Melilla	116	<b>134</b>	<b>0,19%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>70.641</b>	<b>71.442</b>	<b>100%</b>

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia

Cataluña es la Comunidad con mayor número de Restaurantes, seguido de la Comunidad Valenciana, Andalucía y Madrid. Estas cuatro Comunidades concentran el 55,6% del total de los establecimientos de España.

La producción de la restauración sigue evolucionando positivamente, tal y como se observa en el cuadro siguiente:

**Evolución de la producción en el sector de la restauración. (Millones de €)**

	<b>Producción</b>	<b>% Var. interanual</b>
<b>2000</b>	14.243	5,51%
<b>2001</b>	15.349	7,77%
<b>2002</b>	16.510	7,56%
<b>2003</b>	18.162	10,01%
<b>2004</b>	19.997	10,10%
<b>2005</b>	21.524	7,64%
<b>2006</b>	23.100	7,32%
<b>2007</b>	24.935	7,94%
<b>2008</b>	25.957	4,1%

Fuente: FEHR (Federación Española de Hostelería). Últimos datos disponibles

### 3.2.1 COMIDA PREPARADA

La crisis económica provoca que los consumidores busquen las alternativas más adecuadas para el ahorro. La comida rápida es una de ellas.

Por otra parte, el nuevo ritmo de vida ha obligado a la gente a buscar soluciones de comidas rápidas por el escaso tiempo libre de que disponen para su elaboración. Según un estudio realizado por la empresa Nielsen, el 48% de la población indica que sustituye la compra de ingredientes para cocinar por comida preparada.

Esto ha propiciado que aumente el número de tiendas de comida preparada, que solo se tiene que calentar en el microondas ahorrando tiempo en la elaboración. Estas comidas se compran habitualmente en Supermercados, Tiendas de alimentación, Hipermercados y también se puede adquirir en los propios restaurantes.

Según el informe del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), el consumo de productos preparados aumentó de media un 8,2% en 2008, en relación al mismo período del año anterior. Los datos confirman que este creciente consumo se ha llevado a cabo, sobretudo, en la hostelería y restauración y en los hogares, con un consumo de un 14,3% superior al año anterior.

### 3.2.2 Restaurantes

La cocina española tiene un gran prestigio a nivel mundial desde hace varios años, siendo cada vez más los restaurantes con alguna estrella michelín. Tras la nueva entrega, la situación de los restaurantes españoles queda de la siguiente manera:

- Restaurantes **con Tres estrellas Michelin:**
  - El Bulli (Ferrán Adriá)
  - Can Fabes (Santi Santamaría)
  - Sant Pau (Carmen Ruscalleda)
  - Arzak (Juan Mari Arzak)

- Martín Berasategui (Martín Berasategui)
- Pedro Subijana (Akelarre)
- El Celler de Can Roca
  
- **Restaurantes con Dos estrellas Michelin:**
  - Abac en Barcelona
  - La Alquería en Sanlúcar la Mayor, Sevilla
  - Atrio en Cáceres
  - Casa Marcial en Asturias
  - Lasarte en Barcelona
  - Les Cols en Gerona
  - Mugaritz en Rentería, Guipúzcoa
  - El Poblet en Denia, Alicante
  - Lasarte en Barcelona
  - Santceloni, Sergi Arola Gastro y la Terraza del Casino en Madrid
  
- **Restaurantes con Una estrella Michelin: 16 son nuevas incorporaciones de este año. Estas son:**
  - En Madrid, Kabuki Wellington; Diverxo, Ramon Freixa y La Broche.
  - En Cataluña: La Enoteca del Hotel Arts en Barcelona; Bo.Tic en Gerona, El Torreó de L'India en Tarragona y la Fonda Cesc, en Gombbrén (Gerona).
  - En Valencia, Julio, en Fontanars dels Aforins. La Cabaña de la Finca Buenavista, en Murcia.
  - En el País Vasco, el Asador Etxebarri en Atxondo.
  - En Galicia, A Estación en Cambre y As Garzas, en Malpica.
  - En Leon, Cocinandos.
  - En Andalucía, el almeriense Alejandro y en Canarias el restaurante de de Martín Berasategui del Hotel Abama.

### 3.3 EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE BEBIDAS.

Las ramas productivas integradas en este apartado son las que ya se han señalado como establecimientos de bebidas :

- Cafeterías en todas sus formas.
- Cafés-bares.
- Tabernas.
- Y otras formas de manifestación hostelera ligadas al sector, preferentemente actividades que despachan casi en exclusividad bebidas.

Como aparece en el cuadro siguiente, el sector de bares y cafeterías también ha crecido en los últimos años.

Comparando el crecimiento en número de establecimientos y en número de empresas del mismo sector, se observa que el primero es superior. Ello es debido a la apertura de cadenas, las cuales tienen más de un local. De todas formas, también se observa un aumento en el número de empresas respecto al 2008.

**Evolución del número de establecimientos de bebidas. (a fecha 1 de enero de cada año)**

	Núm. Establecimientos	% Var. interanual	Núm. empresas	% Var. interanual
<b>2001</b>	194.229	-0,51	186.875	-0,07%
<b>2002</b>	194.611	0,20	186.946	0,04%
<b>2003</b>	196.994	1,22	189.369	1,30%
<b>2004</b>	203.249	3,18	194.653	2,79%
<b>2005</b>	201.003	-1,11	192.853	-0,92%
<b>2006</b>	199.425	-0,79	190.296	-1,33%
<b>2007</b>	201.783	1,18	192.063	0,93%
<b>2008</b>	201.941	0,08	191.806	-0,13%
<b>2009</b>	<b>202.592</b>	<b>0,32</b>	<b>192.015</b>	<b>0,11%</b>

Fuente: INE (DIRCE)

En el siguiente cuadro se observa la distinta distribución entre Comunidades Autónomas. Andalucía es la comunidad que más cafés y bares tienen registrados, con 36.705 locales. Le siguen Cataluña, Madrid y la Comunidad Valenciana. Estas cuatro comunidades concentran el 53,8% del total de los establecimientos de bebidas de España.

**Censo de establecimientos de bebidas por Comunidades autónomas (2009)**

	Establecimientos 2008	Establecimientos 2009	% s/total 2009
<b>Andalucía</b>	36.195	<b>36.705</b>	18,12%
<b>Cataluña</b>	27.425	<b>28.111</b>	13,88%
<b>Madrid</b>	23.117	<b>22.994</b>	11,35%
<b>Com. Valenciana</b>	21.074	<b>21.177</b>	10,45%
<b>Galicia</b>	16.508	<b>16.344</b>	8,07%
<b>Castilla y León</b>	15.407	<b>15.366</b>	7,58%
<b>País Vasco</b>	9.809	<b>9.397</b>	4,64%
<b>Castilla la Mancha</b>	9.132	<b>9.135</b>	4,51%
<b>Canarias</b>	8.189	<b>8.187</b>	4,04%
<b>Asturias</b>	6.421	<b>6.268</b>	3,09%
<b>Murcia</b>	5.887	<b>5.967</b>	2,95%
<b>Aragón</b>	5.707	<b>5.843</b>	2,88%
<b>Extremadura</b>	5.882	<b>5.808</b>	2,87%
<b>Islas Baleares</b>	4.006	<b>4.033</b>	1,99%
<b>Cantabria</b>	3.119	<b>3.111</b>	1,54%
<b>Navarra</b>	2.020	<b>2.062</b>	1,02%
<b>La Rioja</b>	1.629	<b>1.635</b>	0,81%
<b>Ceuta y Melilla</b>	414	<b>449</b>	0,22%



<b>TOTAL</b>	<b>201.941</b>	<b>202.592</b>	
--------------	----------------	----------------	--

Fuente: INE (DIRCE)

### 3.4 EVOLUCIÓN DEL SECTOR HOTELERO

El número de establecimientos hoteleros en España aumentó en 2009 respecto al año 2008.

	Núm. Establecimientos	% Var. interanual	Núm. empresas	% Var. interanual
2001	194.229	-0,51	186.875	-0,07%
2002	194.611	0,20	186.946	0,04%
2003	196.994	1,22	189.369	1,30%
2004	203.249	3,18	194.653	2,79%
2005	201.003	-1,11	192.853	-0,92%
2006	199.425	-0,79	190.296	-1,33%
2007	201.783	1,18	192.063	0,93%
2008	201.941	0,08	191.806	-0,13%
<b>2009</b>	<b>202.592</b>	<b>0,32</b>	<b>192.015</b>	<b>0,11%</b>

Fuente: INE y elaboración propia

Según el INE, los establecimientos hoteleros de dos, tres y cuatro estrellas son los que concentran el mayor número, alcanzando los 7.172 locales y 1.346 número de plazas.

En el siguiente cuadro se detalla el número de establecimientos abiertos según categoría:

**Establecimientos hoteleros estimados abiertos por categoría  
(Datos Agosto 2010)**

		Número de establecimientos	Número de plazas
<b>HOTELES</b>	<b>Cinco estrellas oro</b>	258	84.480
	<b>Cuatro estrellas oro</b>	2.041	629.664
	<b>Tres estrellas oro</b>	2.974	568.354
	<b>Dos estrellas oro</b>	2.157	148.258
	<b>Una estrella oro</b>	1.439	65.248
<b>HOSTAL</b>	<b>TRES y DOS estrellas de plata</b>	3.415	111.920
	<b>UNA estrella de plata</b>	4.598	96.739
	<b>TOTAL</b>	<b>16.881</b>	<b>1.704.662</b>

Fuente: INE

Según un estudio realizado por la FEHR (Federación Española de Hoteles y Restaurantes), la estructura del sector hotelero español por categorías responde a la distribución presentada en el cuadro anterior, en donde

se agrupan los hostales y pensiones, y los hoteles de 5 y 4 estrellas en dos conjuntos; predominando los primeros en cuanto al número de establecimientos. Destacando en plazas los hoteles de categoría superior.

En el cuadro se detalla la evolución en número de locales totales y su distribución por el territorio español:

**Evolución del número de establecimientos hoteleros. (a fecha 1 de enero)**

	Núm. establecimientos	% Var. Interanual
<b>2001</b>	12.396	1,07 %
<b>2002</b>	12.513	0,94 %
<b>2003</b>	13.155	5,13 %
<b>2004</b>	13.983	6,29 %
<b>2005</b>	13.864	-0,85 %
<b>2006</b>	13.890	0,19 %
<b>2007</b>	14.570	4,90 %
<b>2008</b>	14.806	1,62 %
<b>2009</b>	<b>14.960</b>	<b>1,04%</b>

Fuente: INE y elaboración propia

En el siguiente cuadro se observa la distinta distribución entre Comunidades Autónomas. Cataluña y Andalucía son las comunidades que más hoteles tienen registrados, con 2.441 y 2.411 locales en 2009, respectivamente.

**Censo de establecimientos hoteles por CC.AA en 01/01/2009.**

	Núm. Hoteles 2008	Núm. Hoteles 2009	% s/total 2009
<b>Cataluña</b>	2.376	<b>2.441</b>	<b>16,32%</b>
<b>Andalucía</b>	2.375	<b>2.411</b>	<b>16,12%</b>
<b>Islas Baleares</b>	1.285	<b>1.253</b>	<b>8,38%</b>
<b>Madrid</b>	1.265	<b>1.278</b>	<b>8,54%</b>
<b>Galicia</b>	1.036	<b>1.044</b>	<b>6,98%</b>
<b>Comunidad Valenciana</b>	969	<b>972</b>	<b>6,5%</b>
<b>Castilla y León</b>	949	<b>941</b>	<b>6,29%</b>
<b>Canarias</b>	726	<b>721</b>	<b>4,82%</b>
<b>Navarra</b>	565	<b>649</b>	<b>4,34</b>
<b>Castilla y La Mancha</b>	589	<b>574</b>	<b>3,84%</b>
<b>Aragón</b>	556	<b>575</b>	<b>3,84%</b>
<b>Asturias</b>	554	<b>552</b>	<b>3,69%</b>
<b>País Vasco</b>	518	<b>506</b>	<b>3,38%</b>

<b>Cantabria</b>	426	422	2,82%
<b>Extremadura</b>	289	298	1,99%
<b>Murcia</b>	187	180	1,2%
<b>La Rioja</b>	111	113	0,76%
<b>Ceuta y Melilla</b>	30	30	0,2%
<b>TOTAL</b>	<b>14.806</b>	<b>14.960</b>	<b>100%</b>

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia

Los hoteles españoles ofrecieron, de media, 1.362.877 plazas de alojamiento a lo largo del año 2009, con un incremento del 1,3% respecto al año 2008.

El grado de ocupación por plazas alcanzó, de media, el 49,5%, un 7,5% menos que en 2008. El grado medio de ocupación por plazas en fin de semana se situó en el 54,7%, superior en 5 puntos al grado de ocupación total, su bien un 5,7% menor que la registrada el año anterior.

### Situación en el 2010

Según los datos provisionales del INE del 2010, durante el mes de agosto se registraron 39,5 millones de pernoctaciones en establecimientos hoteleros, lo que supone un aumento del 9,3% respecto al mismo mes de 2009. Este aumento de las pernoctaciones se produce tanto entre los residentes (un 1,6%), como entre los no residentes (un 16,3%).

También se observa que en el 2010 la estancia media aumenta un 2,1% respecto a agosto de 2009, situándose en una media de 3,9 pernoctaciones por viajero. En el periodo agregado de julio y agosto, las pernoctaciones aumentan un 8,3% respecto a 2009. Las de residentes crecen un 1,7%, mientras que las de no residentes lo hacen un 13,7%.

Durante los ocho primeros meses de 2010 las pernoctaciones aumentan un 5,9% respecto al mismo periodo del año anterior.

Por su parte, el Índice de Precios Hoteleros (IPH) registra un descenso del 0,6% en agosto de 2010. Respecto a los indicadores de rentabilidad del sector hotelero, la facturación por habitación ocupada alcanza un valor medio de 80,1 euros (0,6 euros más que en agosto de 2009) y el ingreso por habitación disponible se sitúa en 56,1 euros (2,9 euros más que hace un año).

Por categorías, la facturación media es de 165,7 euros para los hoteles de cinco estrellas, de 92,8 euros para los de cuatro y de 69,2 para los de tres estrellas. Los ingresos por habitación disponible para estas mismas categorías son de 107,8 euros, 71,6 euros y 53,0 euros, respectivamente.

En cuanto al grado de ocupación, en agosto se cubren el 70,4% de las plazas ofertadas, lo que supone un aumento del 4,2% respecto al mismo mes del año anterior. El grado de ocupación por plazas en fin de semana se sitúa en el 73,5%, con un crecimiento interanual del 4,8%.

Así que, podemos decir que el futuro es alentador para el sector hotelero y que en el 2010 se puede apreciar signos de una mejora respecto al 2009.

El sector turístico en general, y con ello el sector hotelero, deben enfrentarse a nuevos retos, concretamente, a la nueva era del turismo, marcada por :

- el cambio tecnológico
- la responsabilidad medioambiental y
- las renovadas demandas del consumidor

Para ello, se hace necesario un cambio de estrategia, apostar por un nuevo modelo de crecimiento del sector, que esté basado en el conocimiento, la innovación, la calidad, la mejora de la productividad y la

sostenibilidad de la economía, como factores clave para hacer frente a un contexto cada vez más competitivo.

### 3.5 EVOLUCIÓN DE COLECTIVIDADES

Es indudable la fortaleza de expansión que tiene este grupo económico. Y hay que destacar, que es uno de los sectores de la hostelería con mayor capacidad expansiva.

El consumo extradoméstico de productos de alimentación y bebidas en la Restauración Colectiva en el primer trimestre del 2010, supone un volumen de 1,2 mil millones de kilos/litros anuales. Estas cifras representan un descenso interanual del -4,7%.

En términos de valor, calculado como el gasto en productos de alimentación y bebidas por parte de los establecimientos de Restauración Colectiva en España, el descenso es del -3,6% en el último año, situando la cifra absoluta en 2,6 mil millones de Euros.

Por lo que se refiere a las colectividades (principalmente hospitales y colegios), hay que señalar que también han experimentado un importante incremento en la construcción de este tipo de instituciones. El siguiente cuadro recoge el número de colectividades existentes en el país en los últimos años.

**Evolución en número de colectividades en España. (\*)  
(a fecha 1 de enero de cada año)**

	Núm. establecimientos	% Var. Interanual
<b>2001</b>	9.386	1,14
<b>2002</b>	9.721	3,57
<b>2003</b>	10.150	4,41
<b>2004</b>	10.865	7,04
<b>2005</b>	11.362	4,57
<b>2006</b>	11.643	2,47
<b>2007</b>	12.293	5,58
<b>2008</b>	12.912	5,04
<b>2009</b>	13.511	4,64

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia

(\*) El INE incluye como colectividades los comedores colectivos y la provisión de comidas preparadas.

El crecimiento en los últimos años ha sido muy importante, por lo tanto se puede asegurar que el sector es aún joven. En los últimos 6 años el número de establecimientos ha aumentado cerca de un 30%.

Un dato importante a destacar, es que solo entre cuatro comunidades autónomas se absorbe el 70% de todo el censo de locales de colectividades nacional. Las comunidades autónomas más importantes en número de colectividades son Andalucía, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Madrid. A continuación se detallan los centros de colectividades por CC.AA para poder apreciarlo más detalladamente.

**Censo de comedores colectivos por CC.AA en 01/01/2009**

	Núm. Colectividades 2008	Núm. Colectividades 2009	% s/total
<b>Andalucía</b>	2.999	3.124	23,12%
<b>Cataluña</b>	2.413	2.556	18,92%
<b>Com.Valenciana</b>	1.905	1.974	14,61%
<b>Madrid</b>	1.724	1.767	13,08%
<b>Canarias</b>	591	632	4,68%
<b>Galicia</b>	523	563	4,17%

<b>Murcia</b>	453	480	3,55%
<b>Islas Baleares</b>	390	436	3,23%
<b>Castilla y León</b>	387	419	3,1%
<b>Castilla la Mancha</b>	401	417	3,09%
<b>Aragón</b>	272	270	2%
<b>Extremadura</b>	185	201	1,49%
<b>Asturias</b>	194	196	1,45%
<b>País Vasco</b>	176	185	1,37%
<b>Navarra</b>	103	98	0,73%
<b>Cantabria</b>	99	95	0,7%
<b>La Rioja</b>	66	66	0,49%
<b>Ceuta y Melilla</b>	31	32	0,24%
<b>TOTAL</b>	<b>12.912</b>	<b>13.511</b>	<b>100%</b>

Fuente: INE (DIRCE) y elaboración propia

### 3.6 EL SECTOR EN CATALUÑA

Cataluña es una de las comunidades autónomas con más número de hoteles de todo el panorama nacional, ello puede ser debido bien, por el papel fundamental que desempeña en el turismo en España, por ser una de las comunidades que hospedaron un mayor porcentaje de viajeros en los hoteles, bien por el crecimiento de la población.

Si se analiza la evolución del sector, distinguiendo los restaurantes de los establecimientos de bebidas y los comedores colectivos y provisión de comidas preparadas, se observa un incremento en todos ellos, tanto desde el número de empresas como del número de establecimientos:

#### Evolución en número de empresas y locales en Cataluña 2006-2009

CATALUÑA	TOTAL EMPRESAS			
	2009	2008	2007	2006
<b>Hoteles</b>	2.044	2.043	2.046	2.022
<b>Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración</b>	1.631	1.516	1.428	1.296
<b>Restaurantes</b>	11.172	11.044	10.971	10.800
<b>Establecimientos de bebidas</b>	26.936	26.332	26.141	25.396
<b>Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas</b>	2.246	2.145	2.017	1.945

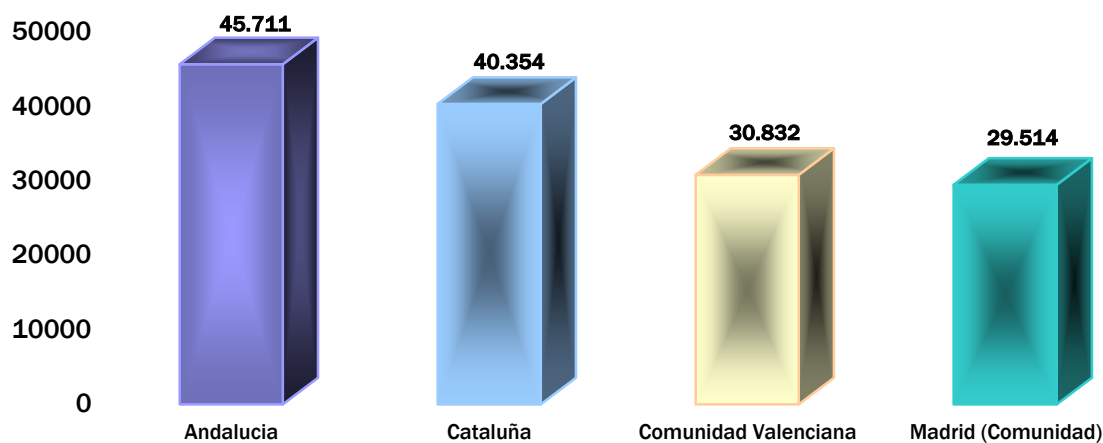
Fuente: INE-Dirce- y elaboración propia

CATALUÑA	TOTAL LOCALES			
	2009	2008	2007	2006
<b>Hoteles</b>	2.441	2.376	2.343	2.291
<b>Camping y otros tipos de hospedaje de corta duración</b>	1.823	1.695	1.587	1.446
<b>Restaurantes</b>	12.206	11.967	11.845	11.564
<b>Establecimientos de bebidas</b>	28.111	27.425	27.157	26.330
<b>Comedores colectivos y provisión de comidas preparadas</b>	2.556	2.413	2.274	2.174

Fuente: INE-Dirce- y elaboración propia

**Comparativa del número de empresas de Restaurantes, Establecimientos de bebidas, comedores colectivos y provisión de comidas preparadas.**

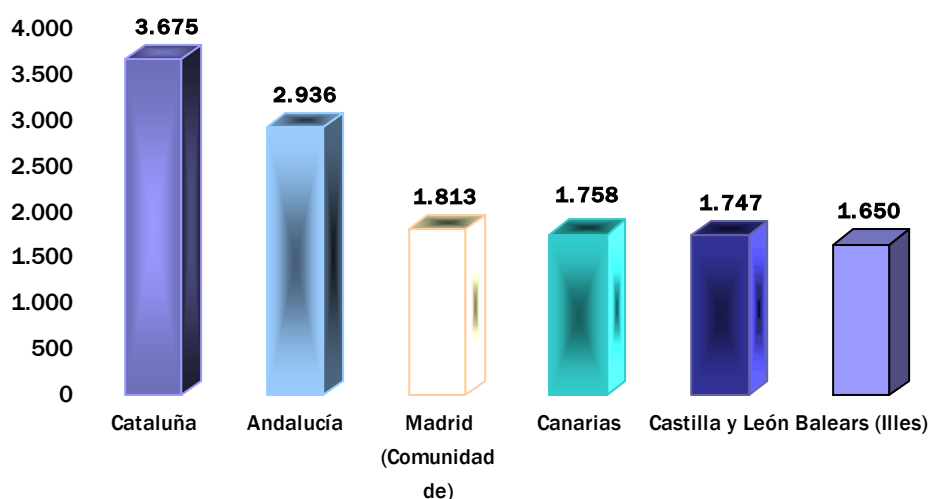
En cuanto al sector de Restauración, la comparativa respecto a otras Comunidades Autónomas es la siguiente (en Comunidades con cantidades superiores a 20.000 empresas):



Fuente: INE- Dirce- y elaboración propia

**Comparativa número de empresas de Hoteles + Camping y otros tipos de hospedajes de corta duración**

Y en lo que se refiere al sector Hostelero, la comparativa respecto a otras Comunidades se detalla en el siguiente gráfico (en comunidades con cantidades superiores a 1.500 empresas).



Fuente: INE- Dirce- y elaboración propia

## 4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

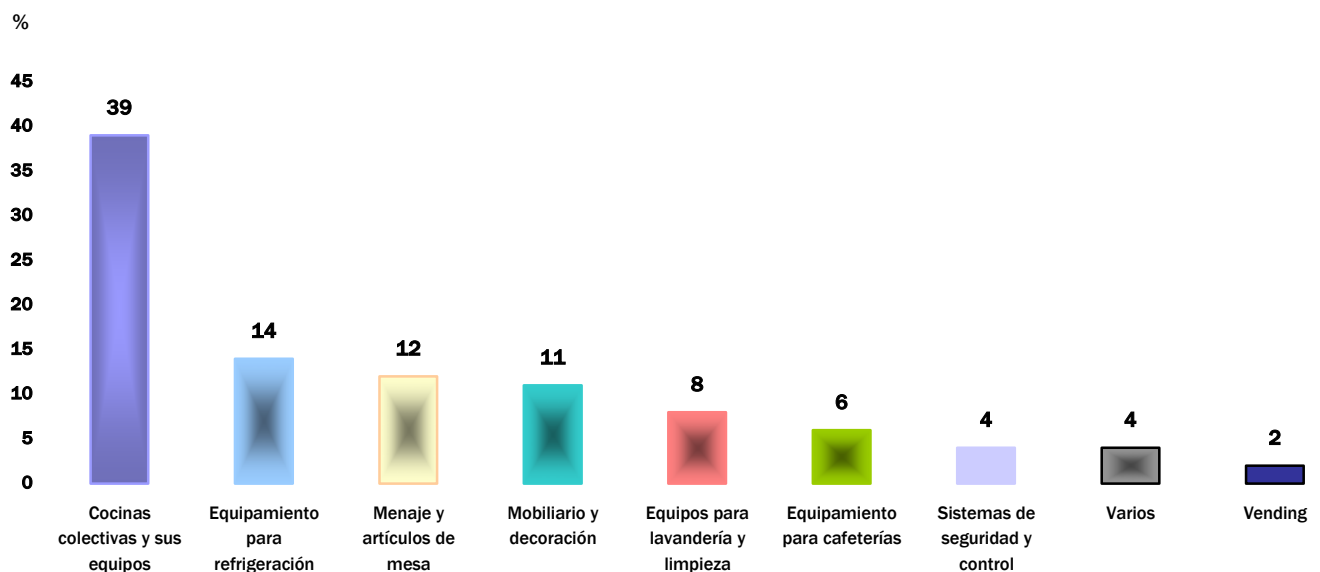
### 4.1 EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO Y MAQUINARIA PARA LA HOSTELERÍA Y LAS COLECTIVIDADES

La grave situación de crisis que sufre el sistema económico mundial ha afectado a todos los colectivos. También a éste; y tanto en el 2008 como en el 2009. A pesar de los datos negativos de estos dos últimos años, en estos momentos se detecta una tendencia a la recuperación, lo que indica que el esfuerzo realizado por la industria para superar la difícil situación está dando sus frutos.

Según un estudio elaborado por FELAC, Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias afines, se estima que la facturación de las 162 empresas integradas en la federación se situó, en el 2009, en unos 1.400 millones de euros, un 22% menos que en el 2008. Las exportaciones estimadas tuvieron un descenso menor, alcanzando los 480 millones de euros y disminuyendo un 16% respecto al año anterior. Estas empresas emplearon en el 2009 a unos 8.500 trabajadores.

Las empresas integradas en FELAC pertenecen a los siguientes sectores:

**EMPRESAS DE FELAC EN 2009. Distribución por Sectores (%)**



Fuente: FELAC

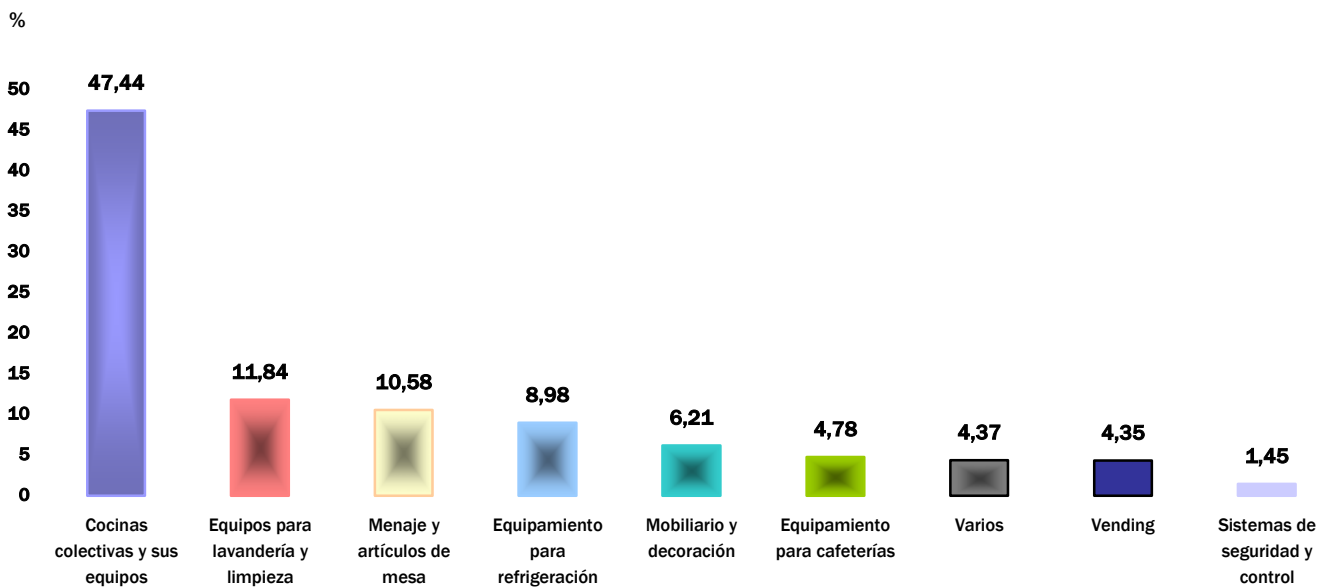
## Los sectores que más facturan

De acuerdo con el estudio, el sector que más facturó en el 2009 fue el de cocinas colectivas y sus equipos (equipos de cocción, equipos auxiliares de cocina, ventilación y climatización, almacenamiento y transporte, y lavado de vajilla).

Le siguieron los siguientes sectores: equipamiento para lavandería y limpieza (lavadoras y secadoras industriales, artículos de higiene industrial como dosificadores de jabón, secadores de manos o accesorios de baño); menaje y artículos de mesa (utensilios para el servicio de mesa y cocina en acero inoxidable y aluminio, cubiertos, vajillas en porcelana y recipientes de plástico); equipamiento para refrigeración (equipos de refrigeración y máquinas productoras de cubitos de hielo); mobiliario y decoración (mobiliario de interior o exterior); equipamiento para cafeterías (máquinas de café y exprimidores de cítricos); varios (textiles y artículos de un solo uso); vending (máquinas de distribución automática), y sistemas de seguridad y control (cajas fuertes, cerraduras electrónicas y sistemas de seguridad y gestión).

### EMPRESAS DE FELAC EN 2009. Distribución por facturación

Facturación TOTAL 1.400.000.000 Eur.



Fuente: FELAC, datos estimados



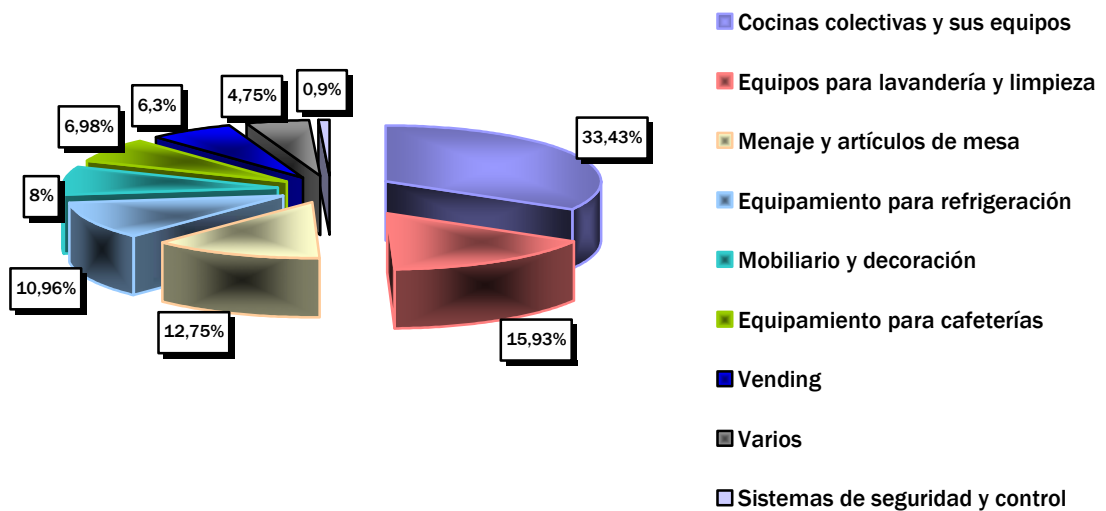
### Los sectores que más exportan

La tendencia a aumentar las exportaciones año tras año es uno de los hechos más destacables. Este importante desarrollo se debe principalmente a la inversión en I+D+i realizada por los fabricantes españoles en los últimos años y a las mejoras en productividad, calidad y diseño de los productos, que cada vez están más solicitados en el exterior.

Las cocinas colectivas y sus equipos también fue el segmento que más exportó en el 2009, seguido por equipamiento para lavandería y limpieza, menaje y artículos de mesa, equipamiento para refrigeración, mobiliario y decoración, equipamiento para cafeterías, vending, varios, y sistemas de seguridad y control.

### EMPRESAS DE FELAC EN EL 2009 Exportación TOTAL 480.000.000 Eur.

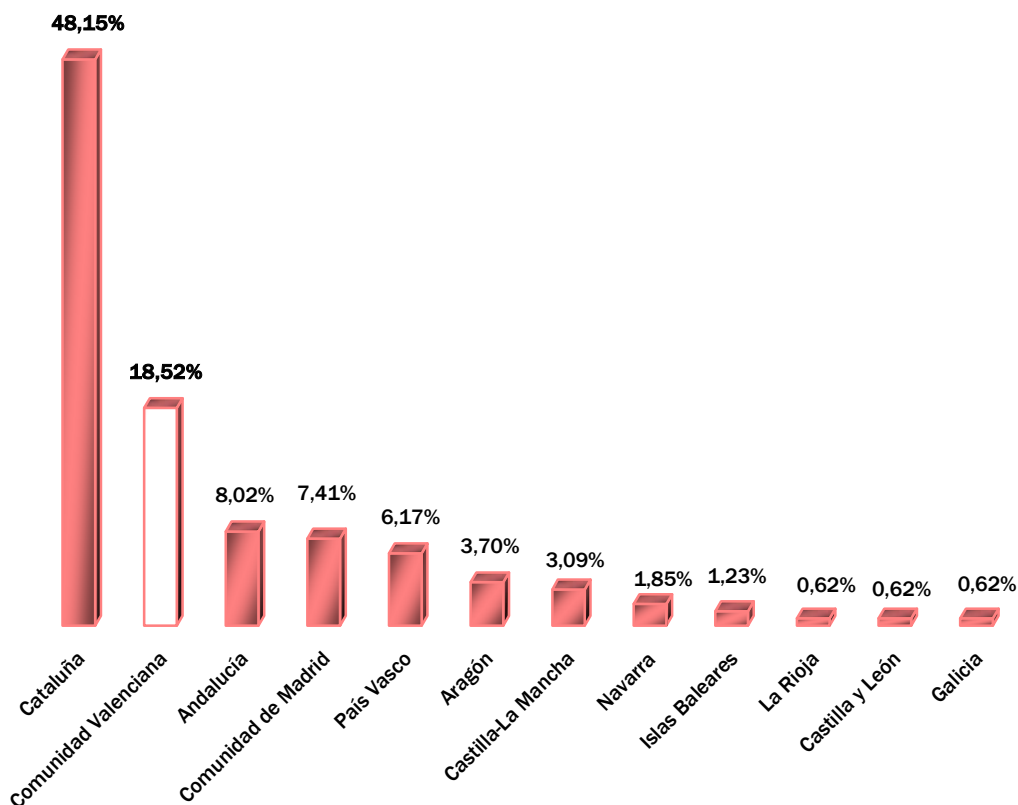
(Fuente: FELAC - Datos estimados)



Fuente: FELAC- datos estimados

## Las empresas de FELAC por comunidades autónomas

El 67% de los fabricantes españoles de equipamiento para hostelería y colectividades integrados en FELAC se concentra en Cataluña y la Comunidad Valenciana.



FUENTE: FELAC

## Principales clientes de España del sector de equipamiento para hostelería

Según datos del ICEX, los principales clientes de España en la exportación de equipamiento para la hostelería, son:

1. Francia
2. Portugal
3. Italia
4. Reino Unido
5. Alemania
6. Estados Unidos
7. Polonia
8. Bélgica
9. Marruecos
10. Argelia

Fuente: ICEX Año: 2009 (datos Provisionales)

## 4.2 EVOLUCIÓN DEL VENDING

Según el estudio realizado por DBK, el mercado de explotación de máquinas expendedoras de alimentos, bebidas y tabaco registró una caída del 3,8% en 2009, en un contexto marcado por el descenso del consumo final de los hogares.

En 2010 previsiblemente registrará un descenso de alrededor de medio punto porcentual, situándose el volumen de negocio en 2.250 millones de euros. Las ventas de alimentos sólidos contabilizarán de nuevo un moderado aumento, en un contexto de gradual incremento del parque y de utilización de este tipo de máquinas.

### 4.2.1 Evolución del mercado

El mercado de explotación de máquinas expendedoras, que había mantenido en años anteriores una tendencia de fuerte crecimiento, registró un descenso del 3,8% en 2009, situándose en 2.260 millones de euros, frente a los 2.350 contabilizados en 2008.

El vending cautivo (se trata de las máquinas emplazadas en el interior de un local), registró un descenso del 6,1% en 2009, lastrado por el fuerte aumento del número de desempleados.

Por su parte, el segmento de vending público (las máquinas situadas en la vía urbana), contabilizó una caída del 3,2%. El vending público representa la mayor parte de los ingresos de las empresas, concentrando cerca del 80% del mercado en 2009, con 1.800 millones de euros. El vending cautivo supuso poco más del 20% del mercado, con 460 millones de euros.

Las ventas en máquinas de alimentos sólidos fueron las únicas que en 2009 lograron mantener un crecimiento positivo, de poco más del 1%. Los restantes tipos de productos registraron descensos cifrados en el 3,4% para las bebidas frías, 4,9% para el tabaco y 6,8% para las bebidas calientes.

El segmento de tabaco continúa siendo el de mayor peso sobre el total, con una participación que superó en 2009 el 47% y un valor de 1.070 millones de euros. A continuación figuran las bebidas frías y los alimentos sólidos, en ambos casos con participaciones del 19%, y las bebidas calientes, con el 15%.

El parque de máquinas se redujo cerca de un 3% en 2009, como consecuencia de la falta de reposición de unidades obsoletas. Así, el número de máquinas se cifró en unas 525.000 unidades.

El mercado de explotación de máquinas se reducirá ligeramente en 2010, en un contexto de debilidad del consumo privado y de mantenimiento del desempleo en niveles altos. Así se estima una caída de alrededor de medio punto porcentual, hasta los 2.250 millones de euros. Los segmentos de alimentos sólidos y tabaco experimentarán tasas de variación positivas, mientras que los de bebidas frías y bebidas calientes registrarán un nuevo descenso.

### 4.2.2 Estructura de la oferta

En el mercado de explotación de máquinas expendedoras operan alrededor de 1.750 empresas, considerando únicamente a aquellas compañías con un parque de máquinas superior a las cinco unidades.

En los últimos meses, el descenso de las ventas ha mermado la rentabilidad de las empresas, lo que ha provocado el cierre de pequeñas compañías o su adquisición por operadores de mayor tamaño, que han incrementado su participación en el mercado.

A pesar del mencionado proceso de concentración de la oferta, el sector de explotación de máquinas de vending continúa presentando un grado de atomización muy alto, existiendo multitud de empresas de reducida dimensión y estructura familiar. No obstante, cabe destacar la presencia en el mercado español de algunos de los principales grupos multinacionales del sector, y la presencia de algunas compañías distribuidoras de bebidas refrescantes, que actúan en el mercado de vending directamente o a través de sociedades filiales.

El fuerte grado de atomización del sector queda patente al observar las cuotas de mercado conjuntas de las principales empresas. Así, los cinco primeros operadores del mercado reunieron una cuota de mercado conjunta del 6,8%, cuota que se situó en el 9,7% al considerar a los diez primeros operadores.

### **4.3 BALNEARIOS Y WELLNESS**

Desde hace un tiempo se ven nuevas tendencias en el turismo. En este contexto, el bienestar del cuerpo y la mente se va consolidando dando un papel muy importante al turismo de salud y wellness. El estrés, las preocupaciones y los nuevos hábitos de la sociedad llevan a buscar más tiempo de ocio y relax. Cada vez, los turistas son más exigentes, demandan más productos culturales, actividades deportivas, que se puedan complementar con una buena sesión de spa cerca de la naturaleza.

Los establecimientos turísticos están detectando esta tendencia y ya en la gran mayoría incorporan esta nueva demanda.

Según un estudio realizado por DBK, en junio de 2010 se identificaban 114 estaciones termales en el mercado español, siete más que a principios de 2009. Su volumen de negocio se situó en 260 millones de euros en este último año, un 7 por ciento menos que en 2008, correspondiendo 95 millones, el 36 por ciento del total, a la facturación por tratamientos. En el mercado operan, además, unos setecientos hoteles con spa y centros de talasoterapia, que en conjunto facturaron 2.740 millones de euros en 2009, procediendo unos 200 millones de euros de la prestación de servicios de salud y bienestar.

#### **4.3.1 Evolución de la actividad**

Los ingresos de las estaciones termales disminuyeron un 7% en 2009, situándose en los 260 millones de euros. Esta evolución negativa, sin embargo, se vio contenida por el dinamismo de la demanda procedente del Programa de Termalismo Social del IMSERSO, cuyo negocio asociado creció un 11%.

El 38,5% de los ingresos de las estaciones termales de 2009 se derivaron del servicio de alojamiento, mientras que la participación de los tratamientos de salud y bienestar se situó en el 36,5%, con unos 95 millones de euros. Además, la cuarta parte de los ingresos venía de otros conceptos asociados, como la restauración o la venta de productos.

Los ingresos de los hoteles con spa, centros de talasoterapia y establecimientos especializados en salud y bienestar acusaron también la intensa rivalidad y la sensibilidad de la demanda con respecto a la coyuntura, reduciéndose un 11,5% en 2009, hasta los 2.740 millones de euros. En torno al 7,5% de esta cifra, unos 200 millones de euros, procedió de tratamientos de salud y bienestar.

De este modo el volumen de negocio de ambos grupos de establecimientos por tratamientos de salud y bienestar se cifró en 300 millones de euros, correspondiendo cerca de la tercera parte a las estaciones termales y el resto a los otros establecimientos orientados al turismo de salud y bienestar.

Se prevé que la facturación de las estaciones termales mostrarán todavía un ligero descenso en el conjunto de 2010, para recuperarse de forma moderada en 2011. El volumen de negocio de los hoteles con spa y de los centros de talasoterapia y especializados en salud y bienestar crecerá alrededor de un 2% en el citado año, favorecido por el dinamismo de la demanda en las categorías de 4 y de 5 estrellas y por el aumento del número de hoteles con spa.

A pesar de haberse paralizado algunos establecimientos, por la debilidad de la demanda y las dificultades de acceso a financiación, siguen en marcha numerosos proyectos, tanto de nueva construcción como de reforma, de estaciones termales y de establecimientos hoteleros.

#### **4.3.2 Estructura de la oferta**

En el contexto económico desfavorable de los últimos años, continuaron inaugurándose nuevas estaciones termales, de forma que a mediados de 2010 se encontraban en funcionamiento 114 establecimientos, siete más que en diciembre de 2008. El 90% de ellos disponían de servicio de alojamiento propio, contabilizándose un total de más de 18.000 plazas.

A mediados de 2010 operaban 725 establecimientos orientados al turismo de salud y bienestar, incluyendo hoteles con spa, centros de talasoterapia y especializados en salud y bienestar, cuya capacidad rondaba las 185.000 plazas. A pesar de haberse producido cierres, también sigue aumentando la oferta de este tipo de centros, ya sea por nuevas aperturas o por la instalación de spas en hoteles ya existentes.

El 80% de las plazas de alojamiento propio de las estaciones termales correspondían a hoteles de 3 y 4 estrellas, mientras que el 90% de la oferta de los otros establecimientos orientados al turismo de salud y bienestar corresponde a las categorías de 4 y 5 estrellas.

#### 4.4 EL SECTOR DE LA LIMPIEZA

El sector de la limpieza profesional representa un importante motor en la economía española en términos de generación de riqueza y de empleo.

Al igual que en otros sectores, también la coyuntura actual caracterizada por la crisis económica ha incidido en este sector.

Anualmente, AEFIMIL (Asociación Española de Fabricantes Importadores de Maquinaria Industrial de Limpieza), durante el primer trimestre y desde su fundación, se encarga a través de los datos que adquiere de sus asociados, de recoger y refundir los resultados anuales de dichas empresas.

Las cifras que se presentan son de las empresas asociadas a esta agrupación y que representan un 65% del mercado. En el estudio han participado el 60 por ciento de los asociados, y los resultados son los que se detallan a continuación.

La facturación total en el año 2009, fue de 118 millones de euros, de los cuales el apartado de maquinaria de limpieza representaba 62 millones de euros. Se produce una gran diferencia con los resultados de 2008, donde se facturaron 148 millones, lo que en maquinaria equivalía a 88 millones de euros.

Proyectando estos resultados en función de los sectores descritos seguidamente (Distribuidores, industrias, instituciones, colectividades, etc. y Empresas de limpieza), estas cifras corresponderían a un valor aproximado de mercado de 165 millones de euros y 82 millones de euros, la parte correspondiente a maquinaria (cifras del año 2009).

En el 2008 los datos daban como resultado un valor aproximado de mercado de 197 millones de euros y 117 millones de euros. Como se observa, la diferencia es notable respecto a 2009.

	Millones de € 2009	Millones de € 2008
<b>TOTAL SECTORES:</b>		
Distribuidores		
Otros		
Empresas de limpieza	165	197
<b>Parte correspondiente a MAQUINARIA</b>	<b>82</b>	<b>117</b>

Fuente: AEFIMIL

Los porcentajes de facturación por sectores son los siguientes:

- Distribuidores: El grupo de distribuidores vende a su vez a estos mismos sectores y primordialmente por atender a un mercado local, modificará sensiblemente estos porcentajes, especialmente en el sector de Empresas de Servicios de Limpieza.
- Otros: Industrias, Instituciones, Colectividades, etc.
- Empresas de limpieza.

#### Facturación según sectores en el 2009

	Millones de € 2009	Distribución
Distribuidores	84	51%
Otros	42	26%
Empresas de limpieza	37	23%
<b>TOTAL SECTORES</b>	<b>165</b>	<b>100%</b>
<b>Parte correspondiente a MAQUINARIA</b>	<b>82</b>	<b>49,7%</b>

Fuente: AEFIMIL

Por segmento de mercado se detallan los siguientes conceptos:

	Unidades 2009	Facturación de maquinaria
Aspiradores	39.800 u.	11%
Agua presión	93.450 u.	36%
Fregadoras automáticas	4.250 u.	35%
Rotativas	1.550 u.	1%
Barredoras	2.200 u.	16%
Máquinas de moqueta	1.010 u.	1%

Fuente: AEFIMIL

En cuanto al porcentaje global sobre facturación, el 66% corresponde a maquinaria y accesorios, el 11% a químicos, 10% a útiles y el 13% a los servicios.

Hay que anotar que el porcentaje global sobre facturación tiene esa enorme diferencia, entre maquinaria y los demás apartados, debido a que los asociados a AEFIMIL son esencialmente proveedores de maquinaria y servicios, quedando sus concesionarios o distribuidores con una amplia y variada oferta en el apartado de químicos y útiles.

En cualquiera de los apartados de los grupos de venta, se considera siempre máquinas de uso profesional.

## 5 BIBLIOGRAFÍA

- Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias afines (FELAC)
- Federación Española de Hostelería (FEHR)
- Asociación Española de Fabricantes Importadores de Maquinaria Industrial de Limpieza (AEFIMIL)
- Asociación Profesional de Empresas de Limpieza (ASPEL)
- Asociación Catalana del Vending (ACV)
- Consultora DBK.
- Federación Española del Café (FEC)
- Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat)
- Instituto Nacional de Estadística (INE)
- Instituto de Estudios Turísticos (IET)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Revista "Mundo Vending"

**Informe económico elaborado por el departamento de Investigación y Estrategia de Mercados de Fira de Barcelona con motivo de la celebración del Salón Hostelco'2010.**

**Fira de Barcelona  
Departamento de Investigación y Estrategia de Mercados  
Octubre-2010**