



Restauracióncolectiva
El portal de referencia para los profesionales del sector

Te encuentras en Inicio / A fondo / Mercado / informes /



El reconocimiento y la visibilidad, la revolución pendiente de la restauración colectiva

12-06-2019

Ana Turón

En diciembre de 2018, tal como ya informamos, se presentó el 'Anuario de la hostelería de España' realizado por Hostelería de España (antes Fehr). Por primera vez se nos invitó a participar con un pequeño editorial en el que se destacase lo que, a nuestro entender, es la asignatura pendiente más importante de la restauración social y colectiva: el reconocimiento y la visibilidad. A continuación reproducimos el escrito y aprovechamos para añadir las cifras claves con las que se maneja el sector.

Económicamente hablando, la restauración social y colectiva es mucho más estable que la comercial; es un segmento que acusa menos las crisis pero que tampoco tiene crecimientos espectaculares en épocas de bonanza. El 'cliente' de las colectividades siempre va a estar ahí, con muy relativa fluctuación... siempre habrá niños y niñas en los colegios (aunque cada vez menos), pacientes en los hospitales, trabajadores o personas mayores en los geriátricos (cada vez más).

Dicho ésto, obvio por otra parte, cabe destacar la gran evolución que el sector ha experimentado en los últimos años... se ha profesionalizado, modernizado y ha adaptado más que nadie sus servicios y operativas de trabajo a las nuevas necesidades de sus clientes. A pesar de todo, a nivel público, sigue siendo tratada injustamente como una restauración 'de segunda' y, sobre todo, poco reconocida, anulada por los flashes y el *glamour* de la alta gastronomía y la restauración comercial en general.

Una restauración que da de comer, con la mayor de las responsabilidades, a tantos miles de personas a diario (entre ellas a los colectivos más vulnerables como son los enfermos, personas mayores o niños), debería tener muchísimo más reconocimiento social y profesional.

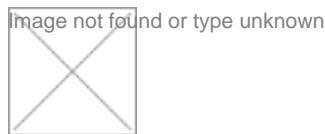
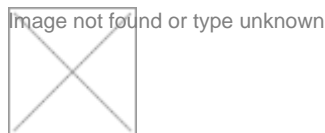
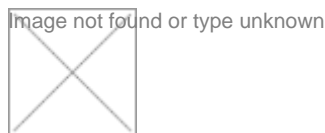
La restauración social y colectiva necesita trazar una estrategia de cohesión y comunicación que la sitúe en el lugar que se merece dentro del gran sector que es la hostelería, y le de prestigio y visibilidad a nivel social. ¡Esa es la gran revolución pendiente!

Un mercado de 4.000 millones de euros y mil millones de comidas anuales

Aún sabiendo que no es una fotografía todo lo exacta que nos gustaría, os dejamos a continuación los datos con los que nos manejamos y que están avalados por la federación. Como siempre decimos, las colectividades son un sector suficientemente importante, también a nivel económico, como para que tuviese más visibilidad y fuese tenido en cuenta desde todos los ámbitos en los que interviene.

Grosso modo, podemos decir que las colectividades mueven un mercado de 4.000 millones de euros, dan mil millones de comidas anuales en España y emplean a 200.000 personas. También es importante destacar que la tasa de externalización de los servicios está en un 50% aproximadamente (en 1992 era del 19%) y que intervienen en los servicios contratados unas 300 empresas.

Os dejamos el detalle en los siguientes gráficos:



– Consulta todas las cifras de la hostelería en España: [‘Anuario de la hostelería de España’](#).

Noticias Relacionadas

- [Las colectividades como motor de cambio; ¡tenemos fecha y lema para el CRC19!](#)
- [La comunicación en colectividades protagoniza una de las sesiones del curso de la Genah](#)
- [Hablando sobre la restauración social y colectiva... ¿esa gran desconocida!](#)
- [La comunicación y la sostenibilidad, dos temas destacados en el vigésimo congreso de la AEHH](#)



Ana Turón, periodista especializada en el sector de la restauración social y colectiva. Impulsora y responsable de www.restauracioncolectiva.com, único medio de comunicación dedicado al 100% al sector de las colectividades en España; y también del ‘Congreso de Restauración Colectiva’ (CRC). @:
aturon@restauracioncolectiva.com / LinkedIn.