

La covid-19 pone patas arriba la red inmobiliaria de bares y restaurantes

El mapa inmobiliario de los locales comerciales ha sufrido grandes cambios con la pandemia, con los bares y restaurantes entre sus principales protagonistas: ubicaciones “*premium*” han dejado de serlo y zonas menos cotizadas hoy son la nueva “*milla de oro*”, un cambio con implicaciones de calado para el sector.

Efeagro

La [caída del negocio](#) es dramática en las zonas turísticas dependientes del visitante extranjero, en el centro de las grandes ciudades y en las zonas de oficinas (en este caso, por el teletrabajo), según coinciden en apuntar en declaraciones a [Efeagro](#) representantes del sector hostelero, propietarios de bares y trabajadores.

También han pasado por problemas los que se encuentran en centros comerciales, en los que el tráfico de clientes ha bajado y donde se da la paradoja de que a menos establecimientos abiertos, menos visitas, por lo que sus gestores se afanan en que la oferta no se resienta.

Mención aparte merece el caso de aquellos establecimientos de bebidas y comidas situados en aeropuertos, estaciones de tren y autobuses, donde las restricciones a la movilidad dejaron bajo mínimos el negocio y todavía hoy siguen lejos de recuperarse.

Por el contrario, han ganado vuelo aquellos locales ubicados en zonas residenciales, reflejo de un cambio en los hábitos

del consumidor muy vinculado con la covid-19 y que por el momento no remite.



La covid-19 pone patas arriba la red inmobiliaria de bares y restaurantes. Efeagro/Manuel Bruque

Todo ello supone que los grandes grupos de restauración, con miles de establecimientos, intenten compensar su portafolio cerrando locales en algunas localizaciones y abriendo en otras; más difícil es para los independientes, mayoría en el sector (representan cerca del 70 %) y que tienen menos facilidad para moverse.

La terraza, fundamental

“Madrid se ha convertido en la ciudad de la terraza, y nuestro modelo no era ése... Están en proceso, intentando adaptarse”, corrobora el empleado de uno de los principales grupos de restauración del país, propietario de varias marcas.

Grandes cadenas hacen millonarias inversiones en ocupar los lugares más codiciados en el centro de capitales como Madrid o

Barcelona, y la clave para que el gasto resulte rentable pasa por la cantidad de gente que pasa por delante del local.

Sin embargo, sólo la falta de turistas internacionales ya supone una caída considerable en ese tráfico de consumidores potenciales, lo que convierte estas inversiones en difícilmente sostenibles.



Varios personas consumen en el interior de un establecimiento de hostelería ubicado en un centro comercial. Efeagro/Raúl Sanchidrián

“Los locales en el centro, que no tienen más que barra y cuyo modelo solía pasar por tener gente apretada, codo con codo, sin sitio para sentarse... lo están pasando fatal”, reconoce el secretario general de Hostelería de España, Emilio Gallego.

Contraste entre el norte y el sur del país

Similar situación detecta la patronal en zonas como *“Benidorm, Torremolinos o Mallorca”*, donde los bares y restaurantes viven de un tipo de turismo que todavía no tiene visos de recuperarse, en contraste con regiones como Cantabria o

Asturias, donde se espera un verano “positivo”.

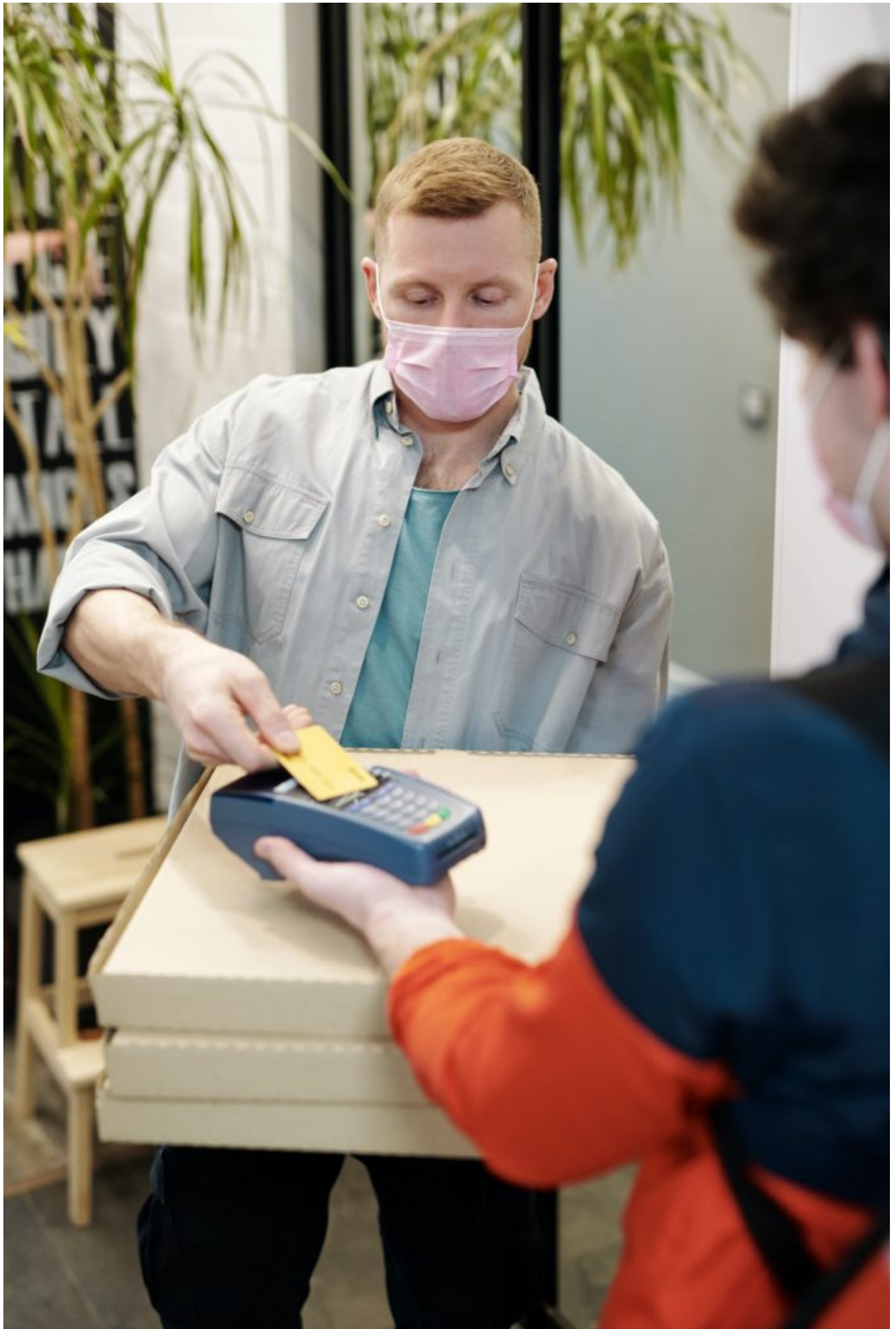
“Hay muchos contrastes. En Madrid tienes zonas de oficinas como la de Azca donde incluso las empresas que han vuelto a la presencialidad lo hacen de forma parcial, y al final hay uno o dos días que teletrabajan. Y si pierdes un 40 % de tus ocasiones de consumo, vas a sufrir”, razona Gallego.

En el extremo opuesto se encuentran los bares de zonas residenciales: ***“Los propios teletrabajadores acaban su jornada a las seis de la tarde, salen a dar una vuelta y acaban tomando algo cerca de casa. Hay locales en zonas periféricas a los que les está yendo muy bien entre semana cuando antes sólo tenían negocio en fin de semana”,*** detalla.

El auge del “delivery” también afecta

Una vía para contrarrestar la caída de los ingresos en determinadas áreas viene del auge del envío de comida a domicilio, un segmento cuyo crecimiento se ha acelerado durante la pandemia.

El fenómeno también tiene una ramificación inmobiliaria: cada vez son más los que deciden separar las operaciones para preparar estos pedidos de las instalaciones donde sirven a sus clientes físicos ante las dificultades para ser rentables, lo que ha disparado el interés por cocinas dedicadas exclusivamente al “delivery” y cerradas al público, las llamadas cocinas “ciegas” o “fantasma”.



El auge del “delivery” también afecta

Pese al difícil contexto, en el sector algunos mantienen el optimismo, como es el caso de la cadena de hamburgueserías Five Guys, cuya apuesta por ubicarse en el centro de las grandes ciudades y en centros comerciales continúa intacta.

“Nosotros tenemos más o menos la mitad de nuestros establecimientos (rozan la veintena) en centros comerciales y el resto en calles céntricas. Y nos han funcionado bien ambos modelos”, asegura su director general, Daniel Agromayor.

En su caso, la localización juega un papel fundamental, ya que no hacen publicidad y sus locales son parte clave de su estrategia de imagen de marca para darse a conocer.

Agromayor asegura que no detectan una bajada en el precio de los alquileres, pero sí que es más fácil encontrar “oportunidades” para entrar en sitios “premium”, y se muestra confiado en que las grandes superficies comerciales acabarán recuperando el tráfico en algún momento.

Más reservas en restaurantes para un Día de la Madre que mira al delivery

Este Día de la Madre, las tradicionales comidas de celebración se organizarán este año no solo con los habituales menús especiales de los restaurantes sino también con las propuestas en

los envíos a domicilio.

Efeagro

Las restricciones son diferentes en cada Comunidad Autónoma, por lo que la decisión de las reservas en los restaurantes varía según la región, lo que también ha impulsado una mayor oferta de opciones para celebrar la festividad en casa.

Y por ejemplo, las zonas con menores restricciones, como Madrid, Sevilla, Málaga y Alicante, registran un mayor crecimiento de reservas en restaurantes, según explican a [Efeagro](#) fuentes del portal de reservas [El Tenedor](#).

La plataforma prevé que las reservas para el [Día de la Madre](#) *"se incrementen con respecto a semanas anteriores, llegando a niveles de 2019"*, con los restaurantes de cocina mediterránea o tradicional como los más demandados.



Más reservas en restaurantes para un Día de la Madre que mira al delivery

Asimismo, perciben un aumento del número de comensales por reserva, dentro de lo que permiten las restricciones, con un

75 % de las reservas para ese día para 3 o más comensales, y un adelanto de las horas de las reservas hasta las 13 horas.

Desde [El Tenedor](#) han identificado las propuestas *“tradicionales, exóticas, trasgresoras, italianas, de terrazas o de brunch”* como las más habituales.

En el caso de Asiako y el Sr.Ito Lab, en Madrid y ambos gestionados por el chef Sergio Monterde junto a otros socios, tienen todas las mesas ocupadas para este fin de semana (que en la capital además es *“puente”*, al pasar la fiesta laboral del 2 de mayo del domingo al lunes).

“Sí que es verdad que se ha notado que la gente reservaba muchísimo más de lo normal”, explica Sergio sobre Asiako, que abrió sus puertas por primera vez hace unas semanas.

En el caso de Sr.Ito Lab, que acepta envíos a domicilio, tienen las mesas reservadas y ya han tenido que cerrar la lista de los pedidos de entrega reservados para el fin de semana.

Para los que no pueden o prefieren no salir de casa, no faltan las opciones para recibir pedidos de restaurantes o cestas con productos.

Fuentes de la plataforma Glovo señalan a Efeagro que los envíos a domicilio tienen cada vez más éxito en las fechas especiales, con la posibilidad de programar los pedidos para una hora determinada o en el último momento.

También hay restaurantes que se han preparado para posibles pedidos a domicilio, como la cadena Sibuya Urban Sushi Bar, que ha organizado diferentes paquetes de productos a los que han llamado Ikigai, que se traduciría como *“razón para vivir” en japonés, que es “la que tiene una madre por sus hijos”, y un servicio de entrega específico del grupo “para evitar colapsos”*.

Hay otras opciones, como la que del restaurante Horcher, en Madrid, que propone regalar una tarjeta regalo para que las madres vayan cuando deseen, o el envío de una cesta de productos como la creado por la bodega Castelo de Medina junto a la pastelería Mia Bakery, o la de picnic de Azpilicueta junto con Cristina Oria.

O los brunchs especializados, como proponen en The Avocado Show, que gira en torno al aguacate, porque todo sabor en casa, el restaurante o a domicilio permite homenajear a las madres.

¿Cómo se manejarán las terrazas en este verano?

Las terrazas ayudaron a generar mayores ingresos en sus momentos estelares, como siempre, ha sido el verano cuando mayor es la demanda de estos espacios.

Ahora más que nunca y gracias a la **pandemia**, las [terrazas](#) se han convertido en parte esencial de un **restaurante**, tanto así, que muchos **restaurantes** con una larga trayectoria en una ubicación determinada, buscarán cambiar su ubicación para poder contar con este espacio tan demandado y requerido de manera '*casi obligatoria*' hoy día.

Son muchos los aspectos a cuidar que, en condiciones normales, generaba ofrecer servicio en una terraza, aspectos como camareros en **exclusiva** para esta **zona**, lograr un personal **cualificado** para dar la mayor agilidad y apoyo en tiempos correctos a las comandas, todo esto con la finalidad de no

perder el flujo con la clientela.

Se acercan los meses calurosos, y la **incertidumbre** entre los **restauradores** es increíble, tanto para los que cuentan con el espacio como para los que no son tan afortunados y es que, todo cambió tan rápido, que fue imposible prever lo que tocaría **vivir** si no tenías un '*al aire libre*'.



¿Cómo se manejarán las terrazas en este verano?

En [España](#) verano es época de comer fuera de los locales, sangrías, cervezas, tapas, ambientes distendidos es lo que el público local o **visitante** suele buscar.

Los nuevos "*espacios reducidos*" de manera drástica, sin duda alguna, verán mermada su productividad habitual y a la vez, de manera contradictoria, un mayor crecimiento en la demanda, pero con menos posibilidades de dar servicio a todos, ¿Qué pasará? ¿Cómo me preparo este verano? ¿más personal? ¿cambio de carta? Son algunas de las preguntas que en estos momentos de **Covid 19** se hacen todos.

Este año tocará hacer un nuevo análisis del funcionamiento de **terrazas**, previsión de personal, una carta fresca, ágil, fácil de manejar, el **mise en place**, montaje y servicio final. Los horarios deberán tomarse en cuenta con suma precisión, los años pasados ya no sirven de referencia, así que, una nueva evaluación se deberá efectuar sobre la marcha, dependiendo de las medidas, esto será el día a día de los **restaurantes**.

*Se acercan los meses calurosos, y la **incertidumbre** entre los **restauradores** es increíble,*

Comanderos móviles serán una buena fórmula para poder reducir el tiempo de la comanda a cocina, evitando trayectos al interior del local y ganado tiempo en la realización del mismo. Hay que tener en cuenta la cantidad de gente que saldrá a reclamar este **servicio** y los espacios que a la final estén permitidos en los mismos, en esta fecha se desconoce.

Lo que en otros tiempos se manejó como una extensión “*no primordial*” del **restaurante**, pero donde había que dar un **buen servicio**, sin lugar a dudas, cambió a ser un punto importantísimo del desenvolvimiento de local en sí y la productividad del día, así que, habrá que darle la mayor atención, nunca dada en otros años.



Este año tocará hacer un nuevo análisis del funcionamiento de terrazas, previsión de personal, una carta fresca, ágil, fácil de manejar, el mise en place, montaje y servicio final.

Siempre se pensó que quien se sentaba en **terrazza** debería esperar un poco más que los clientes en la parte interna del **local**, eso ya no puede pasar, no podemos pedirles a los comensales que apuren su **estadía**, pero sí podemos acelerar, sin perder calidad de **servicio**, lo que dará la posibilidad, de que estos clientes se levanten antes y pueda ser la mesa y sillas **desinfectadas** y listas para la nueva ocupación.

Se quiera o no, en época de calor las **terrazas** se convierten en la situación más apetecible para todo público, de cualquier edad, **socializar** en el terraceo forma parte de las **costumbres** de toda **España**, son un atractivo para los turistas, para el local, para todos en esta estación.

Por eso, debemos prepararnos para un año atípico en todo sentido, se tiene que tomar en cuenta que muchos perfiles de costumbres de la clientela, sea ya la habitual o no, cambiaron, se prefiere no estar encerrado y más, si las

temperaturas altas nos invitan a no estar entre paredes.

Esperan a los **restauradores** difíciles decisiones en todo el sector, grandes, medianos y pequeños tendrán que tener la suficiente visión e intuición para descifrar las *'mediditas'* de gobernantes que no oyen, no escuchan y no ven, ¿se recuerdan la imagen de los tres monos cada uno con una posición? Pues si hacía falta algo para probar el talante de los **empresarios** y de todo el personal de la restauración, llegó no solo el **covid 19**, sino la disparidad y poca importancia que se le da a un **sector** como el de la **gastronomía** en general por parte de los entes gubernamentales, siguen sin pedir consulta, sin pruebas de que los **restaurantes** son el mayor punto de **contagio** y más.

Un centenar de nuevos soles Repsol para premiar la valentía de los hosteleros

Cocineros de toda España volverán a reunirse en la presentación de la [Guía Repsol](#), que regresa a San Sebastián para repartir un centenar de nuevos soles, con un estricto protocolo anticovid y el estreno del sol sostenible, que reconocerá el compromiso ambiental de Eneko Atxa (Azurmendi).

Efeagro

Pruebas PCR y de antígenos a los asistentes al Teatro Victoria Eugenia y un aforo más reducido -un máximo de 180 personas- son algunas de las normas adoptadas para esta gala de su

edición de 2021, cuya celebración se retrasó de febrero a este lunes por la pandemia.

La **directora de la Guía Repsol**, [María Ritter](#), anunció en la presentación del evento que se entregará un centenar de nuevos soles en una ceremonia que pretende “*dar visibilidad*” a los “*valientes*” que tan duro han trabajado este año para que las cocinas no se apaguen por los efectos de la pandemia.



[María Ritter](#) Directora Guía Repsol

Además de desvelarse los restaurantes que lograrán su primer, segundo o tercer sol, Repsol estrena la categoría del sol sostenible con Azurmendi, de Eneko Atxa en Larrabetzu (Vizcaya), “*un templo de convivencia con la naturaleza y los productores artesanos*”.



Centenar de nuevos soles Repsol

En 2020 la guía distinguió con nuevos soles a 102 restaurantes repartidos por toda España -a excepción de Extremadura y Melilla, que se fueron de vacío- y Cataluña fue la comunidad más “soleada” con 17, seguida de Andalucía, con 14, y Madrid y País Vasco, que empataron con once nuevos soles.

Culler de Pau, en O Grove (Pontevedra), y Les Cols, en Olot (Girona), recibieron su tercer sol, mientras que 23 restaurantes lograron dos y 77 debutaron con el primero.

La gala de este lunes se podrá seguir también por internet y pretende evidenciar que “*los restaurantes son lugares seguros*”.

La sentencia del Supremo amenaza con reabrir las hostilidades entre CCAA por el cava en España

Efeagro

La decisión del Tribunal Supremo de anular una disposición del Gobierno sobre las nuevas autorizaciones de [viñedo](#) para cava amenaza con reabrir el conflicto que mantenían Cataluña, Extremadura y Comunidad Valenciana por esta cuestión, con las tensiones territoriales en España como telón de fondo.

La sentencia, a la que ha tenido acceso Efeagro y contra la que no cabe recurso, da la razón a la Junta de Extremadura frente al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ([MAPA](#)): considera que el decreto 536/2019, tal y como está redactado, **incumple la regulación comunitaria y viola las competencias autonómicas por dar demasiado poder al Consejo Regulador de la Denominación de Origen (DO) Cava.**

Este órgano **es acusado por parte del sector de favorecer el cava catalán frente al de otras comunidades**; actualmente la DO cuenta con bodegas repartidas en siete autonomías españolas (Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Navarra, Rioja y País Vasco), aunque sólo la comarca del Penedès aglutina cerca del 90 % de la producción.

Fuera de la disputa jurídica queda la cuestión de fondo. ¿Es conveniente aumentar la superficie de cultivo de viñedo para cava -como reclamaban los productores extremeños y valencianos en 2017, cuando comenzó la polémica- o es preferible

restringirla ante el riesgo de que una mayor oferta derive en una caída de precios -como defienden los catalanes-?



Planta de producción de cava en Extremadura. Efeagro/Jero Morales

Las reacciones al fallo reflejan una actitud comedida por parte de la mayoría de los implicados, **en contraste con las declaraciones altisonantes vertidas en el pasado, cuando el desafío independentista vivía su momento álgido** y la sensibilidad en cuanto a cuestiones territoriales era máxima en todo el país. **Entonces se intercambiaron acusaciones de boicot y el asunto se politizó.**

Menos ventas por la pandemia

“La sentencia apunta más bien a un defecto de forma; vamos a intentar solucionar los problemas de puertas para adentro”, aseguran a Efeagro fuentes del sector, que abogan por cicatrizar las heridas y no volver a los niveles de conflictividad de hace unos años.

Uno de los argumentos que utilizan en la industria para explicar este ambiente de *“calma tensa”* es el contexto

actual, marcado por una pandemia que ha golpeado con fuerza a la hostelería, un canal de ventas clave para el cava.



Un empleado de una bodega extremeña examina una botella de cava. Efeagro/Jero Morales

“Tenemos un problema estructural, porque hay más oferta que demanda. Producimos unos 250 millones de botellas y cerca de entre 70 y 80 se han dejado de vender, con lo que se amplifica el problema”, señala un representante del sector en Cataluña.

En su opinión, la clave a futuro pasa por la promoción, ya que sólo elevando el interés por el producto en países terceros - para competir de tú a tú con el champán- se resolverá la cuestión; actualmente la exportación representa más del 60 % de los ingresos.

Estabilidad de precios

Productores de Almendralejo (Extremadura) han acogido con cautela la sentencia judicial que da la razón a la Junta: *“Ahora mismo hay excedentes de vino y no es conveniente*

plantar más viñedos”, aseguró esta semana Marcelino Díaz, de las bodegas extremeñas Puerta Palma.

Sin embargo, y pese a compartir signo político (PSOE) con el Ejecutivo central, la Junta de Extremadura ya ha avanzado que solicitará al Supremo que anule las restricciones declaradas por el MAPA para las plantaciones de viñedo de 2020, 2021 y 2022 y pedirá que se autoricen más hectáreas.



Supremo amenaza con reabrir las hostilidades entre CCAA por el cava en España

El caso valenciano es paradigmático de lo ocurrido. Entre 2017 y 2018 tanto el Consell como los bodegueros se pronunciaron públicamente en contra de la limitación de plantaciones, pero en 2019 hablaban de preservar un *“equilibrio comercial”* que diera cierta estabilidad a los precios.

Por ello, **acabaron por desestimar la opción de presentar recurso contra el decreto aprobado por el Ministerio, al contrario que los extremeños.**

Razonamiento jurídico

El fallo del Supremo da la razón a la Junta de Extremadura de que el cambio en la redacción de la normativa introducido en 2019 recoge que Agricultura **“aceptará”** las recomendaciones procedentes del Consejo Regulador siempre que cumpla con ciertos requisitos, cuando antes ese documento no era vinculante.

Para el tribunal, la modificación normativa retira la potestad al Ministerio de **“examinar críticamente”** el contenido de la recomendación, lo que supone **“un traspaso de competencias contrario”** a la legislación de la UE.

También desautoriza a Agricultura por anular la intervención de los Gobiernos de las autonomías incluidas en la D0, que antes debían enviar un informe no vinculante con su parecer sobre la cuestión y en el último decreto **fueron “despojados” de su competencia.**

El consumo de pescado se resiente por el vacío hostelero de la covid

Las pescaderías españolas afrontan el último trimestre del año con un **“vacío”** importante por la crisis hostelera debido a la pandemia y al temor a que la coyuntura económica hunda el consumo.

Efeagro

El otoño se presenta muy incierto para el consumo de pescado y

de marisco, tras un verano en el que el turismo nacional ha salvado las cuentas de muchos negocios, pero no ha sido suficiente para llenar el hueco de millones de visitantes extranjeros que viajaban a España antes de la pandemia, según la **Federación Nacional de Asociaciones Detallistas de Pescado** ([Fedepesca](#)).



María Luisa Álvarez directora de Fedepesca

La directora de Fedepesca, María Luisa Álvarez, ha declarado a Efeagro que ese “vacío” hostelero se va a prolongar, y más si aumentan las restricciones debido al avance del coronavirus en el país y a una segunda ola que llega antes de lo previsto.

El consumo de pescado se resiente

Los **pescaderos** están “*muy preocupados*” por las perspectivas de futuro, de acuerdo con Álvarez, quien ha reconocido que en algunas autonomías el verano ha dado una tregua a estos minoristas tradicionales.

En las zonas turísticas del litoral o de interior, las pescaderías “*han trabajado bien*” -en los mismos niveles que otros años- excepto en aquellas comarcas con “alta dependencia” del turismo internacional, ha subrayado.



El consumo de pescado se resiente

En ese sentido, Canarias y Baleares han registrado una caída más notable de la venta de productos pesqueros en relación a 2019.

El balance del verano es desigual, con mejores resultados en zonas residenciales que en las turísticas, como ha ocurrido en [Madrid](#), donde las ventas en los barrios han funcionado bien en comparación con un desplome en el centro de la ciudad, vacío de visitantes, según Fedepesca.

En general, se ven más afectados los pescaderos que sirven a restaurantes.

Según el último **Índice de Precios al Consumo (IPC)**, los del pescado fresco y congelado subieron un 1,3 % en agosto en comparación con el mismo mes del año anterior.

Impacto en el empleo

A medida que llega el frío y se acaba la temporada de terrazas, aumenta la preocupación de los pescaderos, porque además la pandemia *“aún no ha dado la cara del todo”* en lo que

se refiere a su impacto en el empleo y en el poder adquisitivo del consumidor, ha añadido.

A esta inquietud se suma la incertidumbre por la continuidad de los ERTE, según Álvarez.

Las pescaderías ya miran con preocupación hacia la **campaña de la Navidad** -momento clave para el consumo de pescado y la facturación de estos negocios-, porque en unas semanas deben planificar su oferta y surgen muchas incógnitas, entre ellas las limitaciones a las reuniones familiares o de amigos.

En las lonjas también se refleja esta situación y los precios son muy bajos para especies de pescado como el pez espada o de mariscos, y la flota nota el problema, según la patronal española de armadores Cepesca.

En los mercados centrales de abastecimiento, las cotizaciones pesqueras son desiguales, con un repunte semanal de merluzas, sardinas, boquerones y calamares, mientras que caen las de pescadillas y bacaladilla, de acuerdo con la red **Mercasa**.