

FOOD & BEVERAGE

Retail

España 2018

Una publicación de
Cushman & Wakefield

1. INTRODUCCIÓN

La Restauración renovada

El negocio de la restauración en España sigue generando un fuerte impacto en el mercado, con una decisiva contribución al crecimiento de la economía, al consumo y al desarrollo cultural del país.

Los españoles son los ciudadanos europeos que más porcentaje de su presupuesto destinan a comer y cenar fuera de casa (fuente: Oxford Economics), y ello, unido al desarrollo reciente en medios de programas de cocina, *realities* y concursos, estimula el crecimiento de la restauración de alto valor añadido.

En este contexto, en los últimos años el sector ha dado un giro hacia la experiencia y los clientes quieren enriquecer su visita con sensaciones visuales, gustativas y táctiles. Los comercios han tomado nota y apuestan por lo estético, por lo experiencial y, sobre todo, por el sentimiento de pertenencia; factores que predominan sobre los intrínsecos de los productos o de los servicios. Es así como surgen nuevos modelos de negocio que contribuyen al auge del sector, impactando en la demanda de espacios retail.

Los nuevos operadores y aquellos ya establecidos que quieren ser competitivos buscan activamente ubicaciones que les permitan rentabilizar su operación. Las principales características del mercado a día de hoy son:

- **Gran demanda de espacios de restauración.**
- **Oferta limitada en primeras y segundas líneas.**
- **Esfuerzo de los propietarios por adaptar sus locales a la demanda.**
- **Fuerte interés de los inversores por este tipo de espacios.**

Todo esto ha situado las rentas de los alquileres y los valores por metro cuadrado en sus niveles más altos del periodo post-crisis. A continuación, analizamos en detalle los impulsores de esta dinámica.

“

España es el quinto país con más estrellas Michelin del mundo.

”

2. ¿DÓNDE NOS ENCONTRAMOS?

¿EN QUÉ PUNTO SE ENCUENTRA EL F&B EN ESPAÑA?

El negocio de la restauración (Food & Beverage o F&B) está en fase de transformación, impulsado por las mejores condiciones económicas de los últimos años, el impacto del sector turístico y la permanente evolución de los gustos de los clientes. Los restaurantes menos profesionalizados están dando paso a las nuevas tendencias gastronómicas, con cocina más internacional y moderna y con un fuerte componente social, centrado en la experiencia.

El consumo medio en restauración de los españoles es alto, destinando un 15% de su renta anual, a la cabeza de Europa, según Eurostat. Según la aplicación de finanzas personales, Fintonic, restaurantes y bares se visitan de media 62 veces por año, más de una vez por semana. Los canales de mayor crecimiento son aquellos con servicios de alta rotación, como la comida rápida, los bares de tapas, los cafés y las entregas a domicilio.

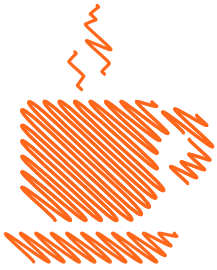
TENDENCIAS RECIENTES

Dentro de las tendencias actuales de la restauración merecen especial mención:

- **La personalización de los locales.** Con una altísima atención al detalle en la decoración, se busca una diferenciación clara frente a los competidores.
- **Internacionalización y profesionalización.** La venta de ciertos grupos de restauración a grandes fondos de inversión y la internalización del concepto F&B, que en otros países se produjo hace años, ha llegado ya a España. El capital privado e institucional mira hacia este mercado en crecimiento y la internacionalización es inmediata.
- **Tech food concept.** El uso creciente de las aplicaciones móviles y las redes sociales para escoger o reservar restaurantes pone al sector en el centro del desarrollo. Según ElTenedor, las plataformas digitales para elegir o reservar restaurante en Europa han crecido un 100% en la primera mitad de 2018 y en España el 70% de las reservas se ha hecho con aplicaciones móviles.
- **Delivery & Take away.** Relacionado con el punto anterior, los pedidos a domicilio y los *take away* ya no están reservados al segmento de comida rápida.
- **Dieta sana.** La inmensa mayoría de los restaurantes detalla en sus menús los platos más adecuados para dietas ligeras, vegetarianas o con restricción de ciertos alimentos.

En este contexto, en los próximos 18 meses se prevé la apertura de más de 400 nuevos restaurantes en España, lo que representa un incremento del 6% respecto al nivel actual. La mayoría de éstos pertenecerá a grandes cadenas de restauración, aunque otros serán de carácter singular.





Hay muchas tendencias y propuestas gastronómicas especializadas en ofrecer experiencias diferentes.

Como consecuencia, ya son varios los restaurantes temáticos, un tipo de restauración con un precio medio superior al de los conceptos tradicionales de *fast food*. Es el caso de aquellos inspirados en deportes (NBA Café en Barcelona) o en ambientes de otros países (Taxi Angus, restaurante ambientado en el sur de California).

Otro concepto que se mantiene en auge pese a ser uno de los más antiguos es el de las cadenas de *fast food*, que representaron el 33% de las aperturas de 2017 y mantienen activa la búsqueda de buenas ubicaciones en todo el territorio nacional. A la oferta de los operadores de comida rápida más clásicos se suman las propuestas gourmet. Por ejemplo, la cadena de hamburgueserías Five Guys inició su actividad en España en octubre de 2016, ya cuenta con cinco restaurantes en Madrid y tiene prevista la apertura de otros tres en Barcelona, tres en Andalucía y uno en Valencia.

La cocina fusión también se ha subido a esta ola de aperturas, con propuestas de mezcla gastronómica de diferentes países. Buenos ejemplos de esto son Peyote San (comida mexicana y japonesa) y Tasty Poke Bar (platos hawaianos fusionados con cocina japonesa), ambos en Madrid.

La cocina asiática, por su parte, vive uno de sus mejores momentos, con aperturas de nuevas marcas y expansión de las ya existentes. La cadena de cocina japonesa Miss Sushi, entre otras, tiene prevista la apertura de 40 establecimientos en España, mientras que Wagamama, la nueva cadena de restaurantes de comida nipona y originaria de Reino Unido, desembarcó en nuestro país de la mano de Grupo Vips en 2017. Sumo, Sushita café o Sushishop (recientemente adquirida por AmRest) son otras de las cadenas que están ampliando su presencia.

En los centros comerciales también se están produciendo profundos cambios y el modelo está evolucionando. Inicialmente, la oferta se componía de un hipermercado y una galería comercial que se complementaban con una oferta gastronómica muy centrada en el segmento fast food. Actualmente, se incluyen ofertas de restauración de alto valor añadido y espacios para dar cabida a otros servicios relacionados (tiendas de caramelos y heladerías por ejemplo), convirtiéndose en ocasiones en el motivo principal de visita al centro. Las actividades de ocio están complementando este nuevo modelo de oferta en España.

También existe un enorme hueco para la cocina de mercado con alto contenido en lo estético, tanto en el plato como en el ambiente. Apuestas de grandes grupos y líderes del mercado como Grupo Paraguas, Grupo La Maquina, Tragaluz, Andilana, Grupo Bassko o Grupo Larrumba marcan la tendencia de un nicho en auge.

El *ticket* alto y la excelencia también han crecido y cada día hay más y mejores propuestas a cargo de estrellas Michelin como Dani García, Los Roca, Coque, Ricard Camarena o Angel León y con nuevas experiencias fusión como 99 KÔ shushi Bar, Ronin 47 o Punto MX.

La tendencia para los próximos años se dirige hacia las cadenas de restaurantes con tickets medios asumibles, de entre 20-40 € por persona, con una estética cuidada, cartas simples y cocina de mercado.

2. ¿DÓNDE NOS ENCONTRAMOS?

FoodieMap de la Restauración en España



1 COFFEE SHOPS

Bebidas calientes y comida ligera
Ofrecen servicio y calidad



Café & Tè

2 FAST CASUAL

Comidas preparadas en el lugar y menús reducidos
Balance entre calidad y precio

wagamama



La Tagliatella

3 FAST FOOD

Comida rápida para todas las ocasiones
Enfoque en precio y velocidad de entrega

FIVE GUYS
BURGERS and FRIES



ipans
& COMPANY

4 SNACKS & SWEETS

Heladería y bollería de calidad
Centrado en la compra familiar de paso



llaollao

smöoy
AUTHENTIC PROCESS YOGURT

5 FINE DINING

Restauración tradicional
Tradicionalmente en calle con miras de entrar en centros



LATERAJ
RESTAURANTE



6 HAUTE CUISINE

Exceptional food quality and innovation
La exclusividad como parte esencial del servicio



EL CELLER DE CAN ROCA



GRUPO DANI GARCIA



3. DEMANDA RETAIL Y RENTAS

El buen momento del consumo y el potente desarrollo del sector empujan al alza la demanda de espacio inmobiliario retail. Las zonas más aptas para la restauración, e incluso aquellas con potencial sin explotar, están siendo exploradas por los operadores. Las zonas más buscadas por los operadores son las cercanas a los ejes comerciales prime, aquellas con exposición al turismo y los centros y parques comerciales con nuevas áreas de restauración.

Los operadores de F&B buscan características especiales para desarrollar su actividad, como el tamaño y el aforo, las instalaciones eficientes de cocina y la salida de humos. El tamaño más habitual oscila entre los 200 y los 400 m² y es el mejor atendido por la oferta de calle. La oferta es muy restringida a partir de los 400 m² y muchos operadores encuentran disponibilidad en el entorno de los 600 m² en hoteles, donde es posible contar con consumos tanto de fuera como de los huéspedes (ver página 17). Existe un gran interés por los locales de más de 600 m². Este tamaño permite explotaciones rentables para las marcas de F&B más populares, pero es el más escaso.

El precio del metro cuadro al mes puede variar desde los 20€ hasta los 100€, dependiendo de la ubicación y de la superficie del local. En todo caso, las rentas en 2018 superan hasta en un 40% lo observado hace 3 años.

La demanda inversora también presenta un gran interés por este tipo de locales. Esto hace que la rentabilidad de los locales de restauración oscile entre 3,5% y el 5%, dependiendo del inmueble, de la zona en la que se encuentre y del tipo de operador y su contrato.



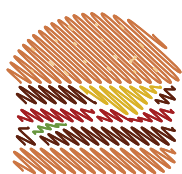
El buen momento del consumo y el potente desarrollo del sector empujan al alza la demanda de espacio inmobiliario retail.



4. LA RESTAURACIÓN EN CIFRAS

España

CONSUMO EN RESTAURACIÓN EN 2017*

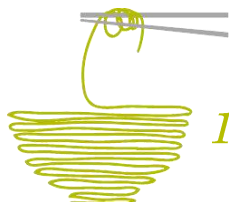


100.500 M€

5,2%

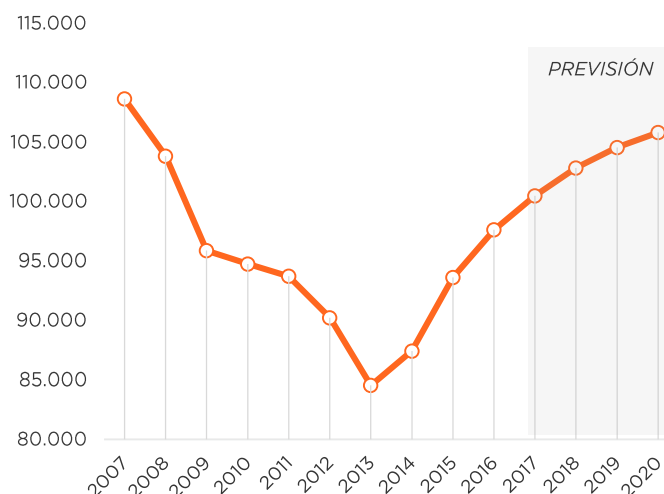
más que el año anterior

PREVISIÓN DE CONSUMO EN RESTAURACIÓN EN 2020*



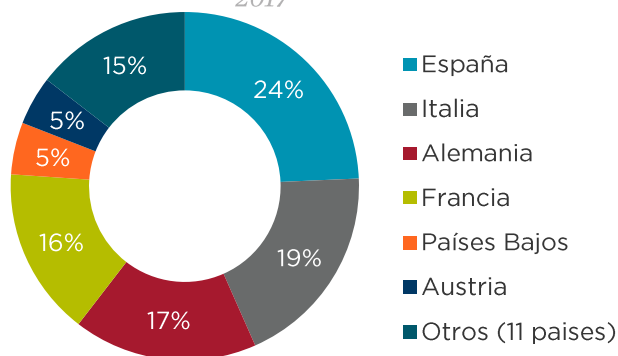
106.000 M€

CONSUMO EN RESTAURACIÓN EN ESPAÑA*
Millones de euros (precios constantes de 2010)



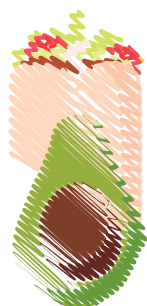
España figura como primer país Europeo por concepto de gasto en restauración, durante 2017. Esta posición también se explica por el auge del turismo. Le siguen Italia y Alemania*.

GASTO EN RESTAURACIÓN EN EUROPA*
2017



*Fuente: Oxford economics

En cuanto al tipo de restauración, el **Fast Casual** es el concepto que ha abierto más restaurantes en España en el último año**

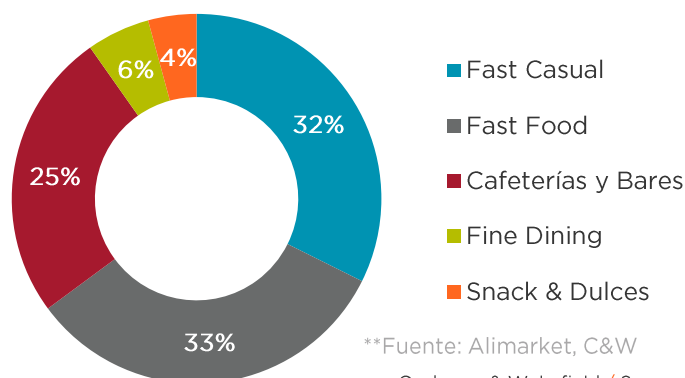


FAST CASUAL

32%

de las aperturas
2017 - T1 2018**

APERTURAS EN ESPAÑA POR TIPO DE RESTAURACIÓN**
2017 - T2 2018



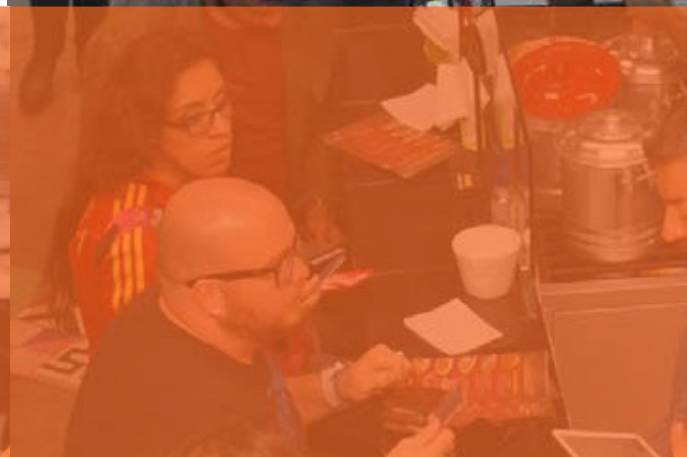
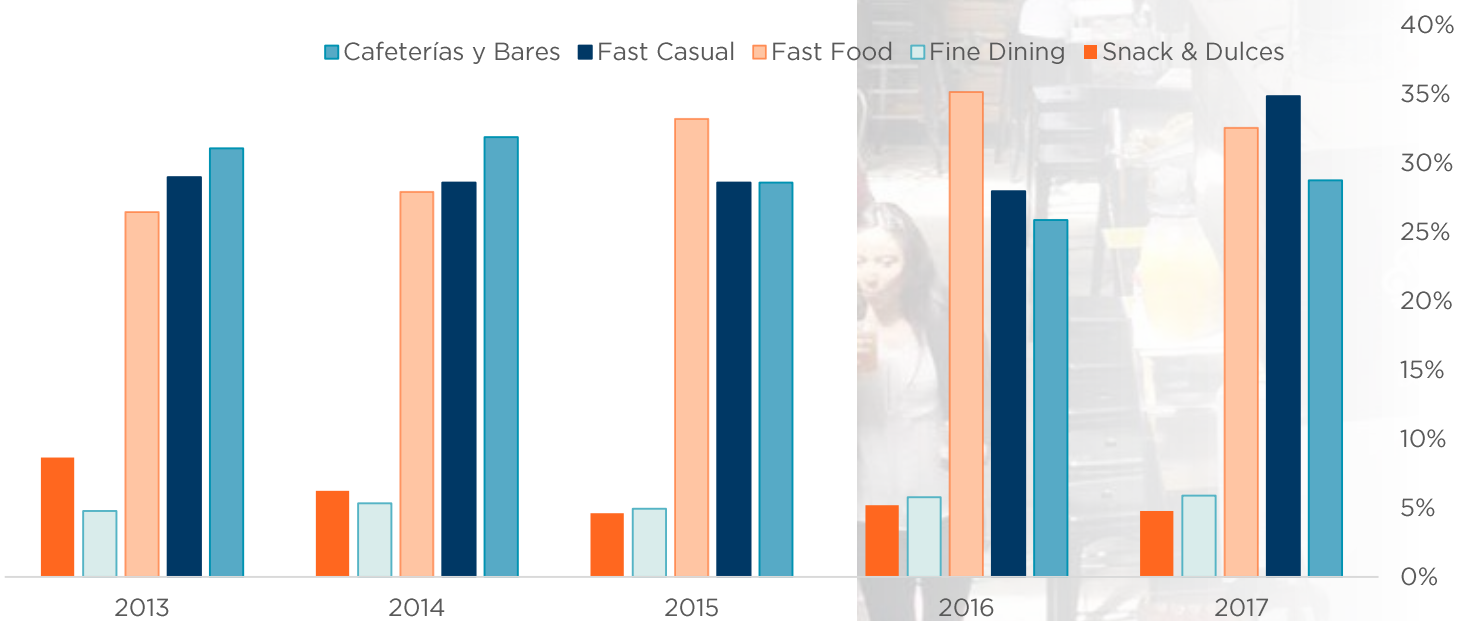
**Fuente: Alimarket, C&W
Cushman & Wakefield / 8

4.1 La Evolución del Gusto

En 2017, el segmento del **fast casual** superó por primera vez al **fast food**, denotando tanto un apetito más refinado como una mayor disponibilidad para pagar del consumidor.

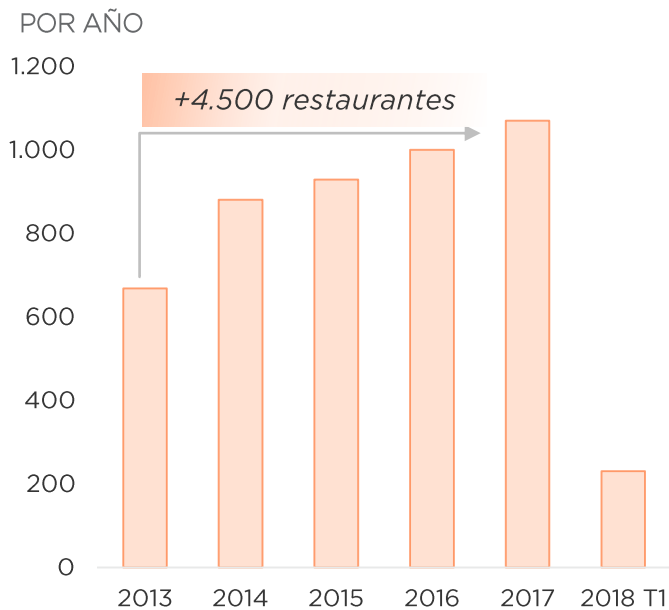
Los hábitos están cambiando hacia la restauración de mayor valor añadido que el **fast food**, aunque el ticket medio sea alrededor de un 30% superior. Este modelo de restauración tiene gran impacto en los *millenials*, las personas nacidas entre 1980-1990 quienes han entrado al mercado laboral en los últimos 10 años y, con su creciente poder adquisitivo buscan mejores experiencias en la restauración.

REPARTO DE APERTURAS EN ESPAÑA
2013-2017



4.2 Aperturas 2017 – S1-2018

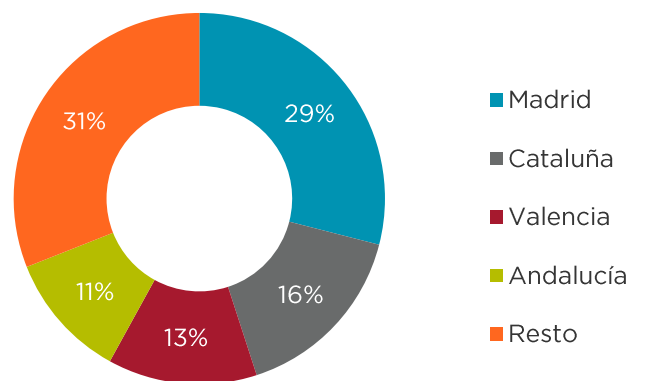
Fuente: Alimarket, Cushman & Wakefield



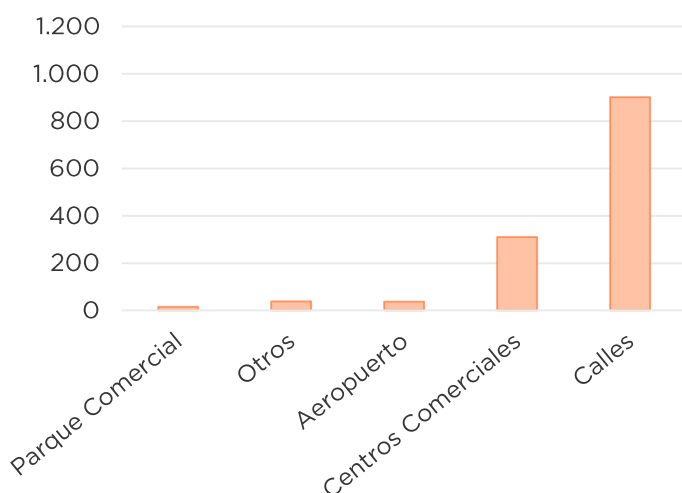
Crecimiento de aperturas
2016 vs 2017

Entre enero de 2017 y junio de 2018 en se abrieron en España más de 1.300 establecimientos. La Comunidad de Madrid (30%) fue la que registró más aperturas durante el año 2017 y también lidera la primera mitad de 2018, seguida de Cataluña (17%) y Comunidad Valenciana (13%).

POR COMUNIDADES



POR DESTINO COMERCIAL



El principal destino son los locales a pie de calle, seguido de los centros comerciales.

4.3 Madrid

En Madrid en el último año se inauguraron 287 locales de restauración. Los ejes de comercio principales siguen siendo muy demandados para el F&B, pero la escasez de locales en esas zonas hacen que se busquen ubicaciones más secundarias. Los formatos más demandados se encuentran entre los 200 y los 400 m².

La zona centro, con 40 aperturas, es la que concentra la mayor parte de la actividad en calles como Atocha o Gran Vía. En Chamberí se han abierto 20 restaurantes en calles como Ponzano, Santa Engracia o Paseo de Castellana. Le sigue Barrio de Salamanca, con 17 aperturas en total, donde una de las calles más demandadas sigue siendo Serrano.

4.4 Barcelona

En Barcelona en el último año se abrieron 137 locales de restauración. El distrito que más aperturas ha tenido ha sido L'Eixample. Por segmento, un 35% fueron de Fast Casual, y un 25%, de Fast Food.

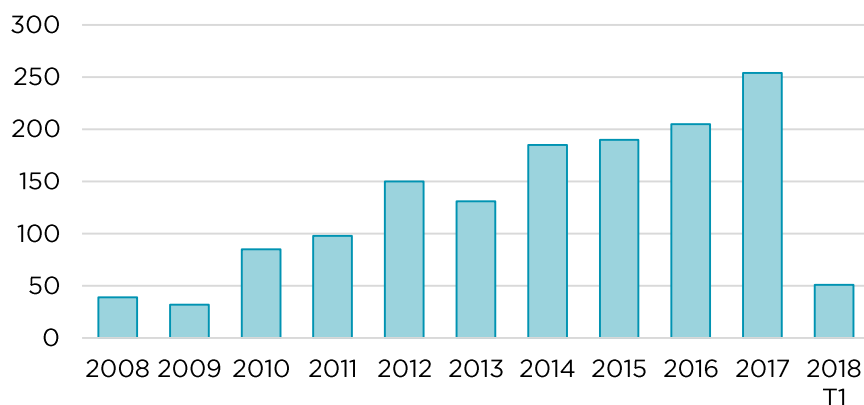
En la lista de los 20 mejores restaurantes del mundo hay dos en Cataluña, uno en la posición 2 "El Cellar de Can Roca" y en la posición 18 "Disfrutar", que en el último año pasó del puesto 55 en el ranking al 18.

4.5 Centros Comerciales

*“Espacios con un factor
diferenciador único”*

Son cada vez más los centros comerciales que invierten en la zonas de restauración y ocio, bien sea con ampliaciones o bien con reformas de espacios existentes. La idea ahora es que la oferta de F&B y de ocio provoque por sí sola la visita al centro. Esto cambia el modelo tradicional en el que ir de compras y, de paso, consumir restauración era el proceso normal de visita de los clientes.

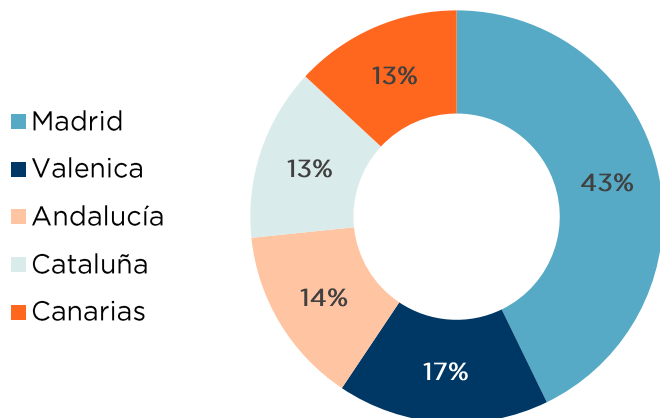
APERTURAS POR AÑO EN CENTROS COMERCIALES*



Cada vez son más los centros que dedican mayor espacio a la restauración, con un total de 310 restaurantes entre 2017 y lo que va de 2018, un 23% más que en el año 2016*.



APERTURAS POR COMUNIDADES (2017-T1 2018)*



La Comunidad que más aperturas ha tenido ha sido la de Madrid, donde se han sumado a la oferta la apertura de dos centros como son *Plaza Río 2*, apostando por una propuesta de restauración más gourmet y *Sambil Outlet*, donde su oferta tanto de ocio (el túnel del viento más grande de Europa) como de restauración son factores diferenciadores*.



* Fuente: Alimarket, Cushman & Wakefield

5. EL LUJO EN LA RESTAURACIÓN

El mercado de retail de lujo está tomando inercia en España y su crecimiento también se ve plasmado en hoteles y restaurantes de alta cocina.

Los hoteles están siendo una salida para este tipo de restauración que, a su vez, se alimenta del buen momento del turismo. Las prestaciones que ofrecen los hoteles de lujo para el F&B atraen público de alto poder adquisitivo, sea huésped o no. Hoteles como el *Wellington* en Madrid, donde se ha incorporado el restaurante japonés *Kabuki* o el NH Collection Madrid Eurobuilding, donde está *DiverXo* con tres estrellas Michelin, ofrecen nuevas alternativas de alta restauración.

Incluso hay espacio para restaurantes de superlujo en España. En estos establecimientos, el ticket medio oscila alrededor de los 670€ por dos personas, llegando hasta los 2.790€ en el restaurante más caro del mundo, el *Sublimotion*, que se encuentra en Ibiza.

Entre los 50 mejores restaurantes del mundo, España es el país con mayor representación. 7 son los restaurantes repartidos por todo el país y le siguen EE.UU. con 6 y Francia con 5.

España es el quinto país con más estrellas Michelin del mundo, con 174. En primer lugar se encuentra Japón con 734, seguido por Francia (610), Italia (342) y Alemania (292).

Casi una de cada tres estrellas españolas se encuentra en Cataluña. En esta comunidad autónoma hay 54 menciones, seguida a una buena distancia por País Vasco (22) y Madrid (20), según el informe elaborado por escuela de turismo Ostelea en 2017.



Top países con estrellas Michelin

- 1º  Japón **735 estrellas**
- 2º  Francia **610 estrellas**
- 3º  Italia **342 estrellas**
- 4º  Alemania **292 estrellas**
- 5º  España **174 estrellas**

Fuente: Guía Michelin España y Portugal 2018



6. RESTAURACIÓN SINGULAR, FRANQUICIAS Y DEMANDA DE ESPACIOS

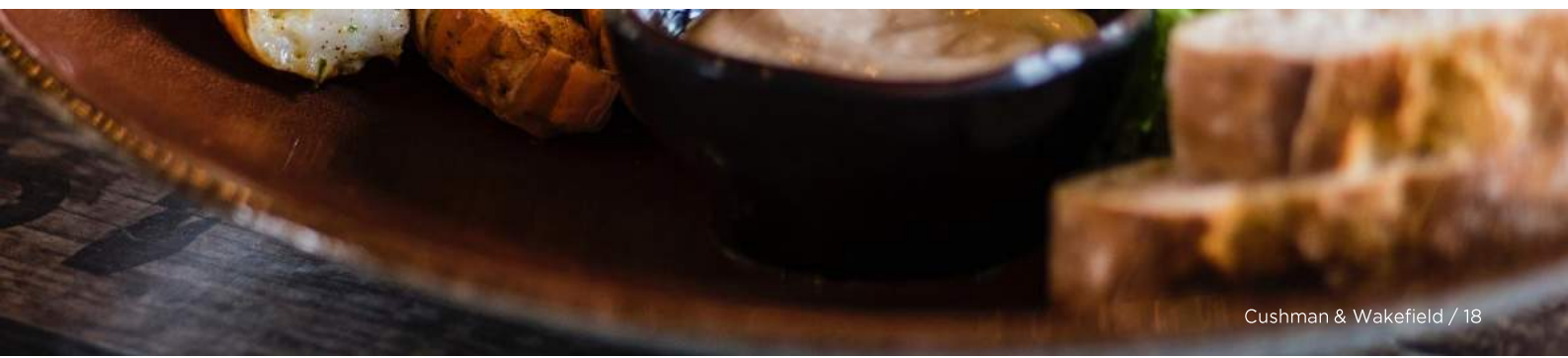
El nuevo impulso a la restauración en España viene motivado por dos tipos de operadores de restauración que puján por los escasos locales disponibles: la restauración organizada y la singular. La primera se caracteriza por tener estructuras multinacionales, que poseen o gestionan marcas reconocidas. La segunda se corresponde con marcas nacionales potentes, normalmente de restauración de ticket medio-alto y alto.

La **restauración organizada** opera tanto directamente como franquiciando sus marcas. Cuando opera directamente sus restaurantes *flagship*, estas cadenas puján fuertemente por las localizaciones que buscan. No es el caso general de los franquiciados, quienes tienen que reservar parte de su margen para pagar los *royalties* y enfocan su demanda de espacio a localizaciones cercanas a las primas o secundarias. La **restauración singular** también tiene un gran pulmón para acceder a las localizaciones deseadas y llegan a pagar primas de entrada a los locales superiores a lo que establece el mercado.

Esta competencia no solo impacta en los costes del espacio inmobiliario. Sobra decir que las

rentas de alquiler en locales adaptados a la restauración (con cocinas, salida de humos, licencias, etc.) han crecido del orden del 30% entre 2014 y junio de 2018. También impactan en la demanda otros locales de calle y centros comerciales, antes dedicados al comercio de moda y complementos. En otras palabras, la fuerza de la demanda por los espacios de restauración ha llegado al local comercial tradicional y hasta a aquellos locales no adaptados. Los retailers clásicos se mezclan con lo retailers de restauración (organizada y singular) en las pujas por espacios que encajen en las estrategias de ubicación de ambos operadores.

Finalmente, los operadores que buscan primera línea de calle deben enfrentarse a restricciones de espacio y regulaciones. La oferta de locales a pie de calle es fragmentada y los diseños de planta de edificios de los centros de las ciudades no se adaptan a las necesidades de eficiencia y organización de la restauración moderna. Por su parte, los ayuntamientos requieren largos plazos para aprobar las licencias de los negocios de restauración.




7. EL MODELO FAST FASHION

La experiencia de los clientes se mantiene como el centro de las nuevas fórmulas de F&B. El desafío de los nuevos retailers de restauración es rentabilizar sus localizaciones, muchas de ellas prime, ya sea por la vía del ticket medio o por la de la afluencia.

El paradigma hasta ahora era que un ticket medio alto equivalía a restauración de lujo. Los nuevos *players* buscan ofrecer experiencias de alta restauración a precios asequibles en localizaciones prime y, es así como, por ejemplo, el grupo francés de cocina italiana **Big Mamma** ha posicionado su marca en París. Su política es que se pueda tener la experiencia de la restauración de lujo a ticket medios inferiores a los 20€ (su plato estrella es su pizza margarita de 5€) a semejanza de cómo hoy se pueden adquirir prendas de diseño a precios por debajo de los 40€ en tiendas tipo *fast fashion*.

Otra propuesta del mercado en esta línea sería **Honest Green** que apuesta por una comida eco saludable y de estética **Healthy** a un precio muy asequible en un formato *fast* de servicio .



El modelo *fast fashion* se ajusta perfectamente a su mercado objetivo: **los millenials**. Es bien sabido que sus patrones de consumo son más exigentes que los de las generaciones anteriores, en respuesta a su entorno socioeconómico y las tecnologías de la información a las que acceden, entre otros. La fórmula de ticket medios asequibles en localizaciones prime o near-prime y sensaciones de restauración de lujo son una nueva alternativa que mejora una oferta de restauración ya mejorada.

Por el momento, el mencionado operador francés **Big Mamma** atiende a 1.300 comensales al día, según Financial Times, un público que hace largas colas para vivir una experiencia de lujo.

8. RESTAURANTES DEL FUTURO

Las nuevas tecnologías también han llegado al F&B, y, hoy por hoy, atraer a la clientela no es solo una labor visual y de gusto, sino también de elementos interactivos o tecnológicos. Por un lado, este tipo de aplicaciones mejora la experiencia del usuario y, por el otro, permite tanto a los propietarios como a los restauradores entender las preferencias de los clientes y mejorar el servicio.

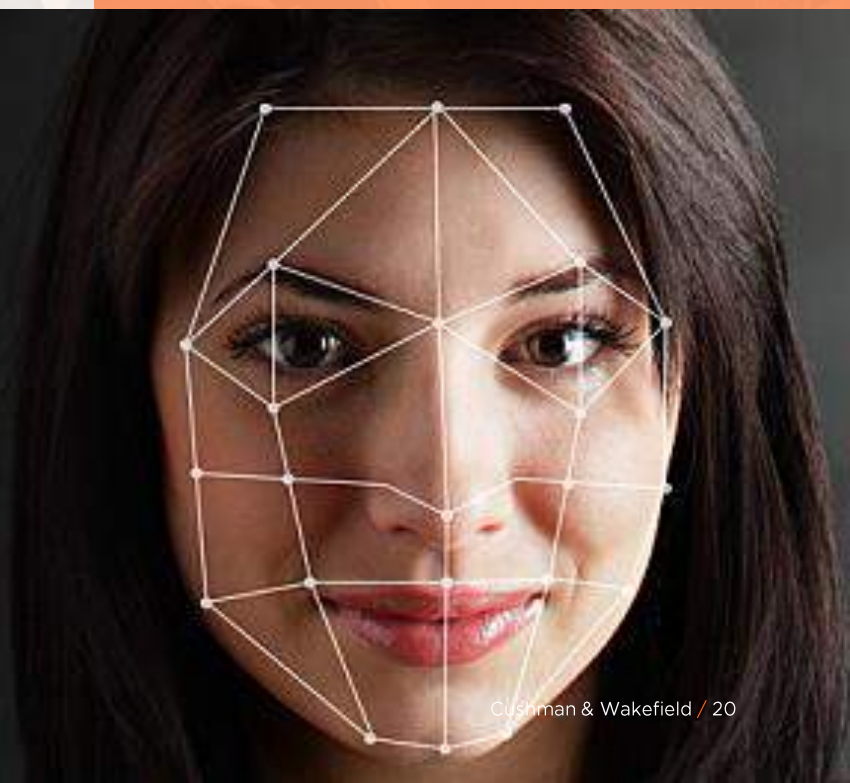
Según una encuesta realizada por la Federación Española de Hostelería (FEHR), el 84% de los restaurantes y hoteles en España utiliza redes sociales y un 66% tiene páginas web. Además, con la incorporación de plataformas de reservas y opiniones, como ElTenedor, elegir un restaurante u otro depende más que nunca de las valoraciones que otros clientes hacen *on-line*.

La mayoría de las cadenas de restauración ofrece sus propias aplicaciones móviles, cuyo uso va desde ofrecer información sobre ubicación, carta o reservas, hasta menús interactivos sobre tabletas táctiles.

Google se ha sumado a lanzar un servicio sobre mapas, en el que el usuario tendrá acceso a los tiempos de espera en un restaurante. Dicha información se mostrará en conjunto con los datos de apertura y afluencia.

En el mundo de las redes sociales, los blogs y los sitios web, triunfan las recetas, los *tips* de cocina, los bodegones y las vajillas. Las cuentas de los gourmets y de los restaurantes más influyentes del momento cuentan con millones de seguidores y hasta se ha acuñado un nuevo término para identificar a los aficionados al F&B: *foodie*.

Nuevas tecnologías como Virtuachef permiten reconocer a un cliente a su llegada al restaurante por reconocimiento facial y hasta guiarlo hacia su mesa. Esta aplicación tiene un sistema multitáctil de cartas digitales interactivas.







FOOD & BEVERAGE

Para ampliar información sobre C&W Research & Insight, contacte a:

Ignacio Acha

Associate, Head of Retail Agency Madrid - F&B Spain
ignacio.acha@cushwake.com

Ramiro J. Rodriguez, PhD

Associate Director
Research & Insight - Spain
ramiro.rodriguez@cushwake.com

María Jesús Álvarez

Senior Analyst
Research & Insight - Spain
mariajesus.alvarezcoello@cushwake.com

Sobre Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield es una firma global líder de servicios inmobiliarios que ofrece un valor excepcional al poner en práctica grandes ideas para ocupantes y propietarios del sector inmobiliario.

Cushman & Wakefield es una de las mayores firmas de servicios inmobiliarios con más 48.000 empleados en aproximadamente 400 oficinas y 70 países. En 2017, la empresa obtuvo ingresos de 6,9 miles de millones de dólares en asset services, facility y project management, operaciones de agencia, capital markets y valoración, entre otros servicios. En España, donde Cushman & Wakefield tiene más de 27 años de experiencia, la compañía abarca toda la geografía española. Las sedes están ubicadas en Madrid (Edificio Beatriz, José Ortega y Gasset, 29, 6º) y Barcelona (Passeig de Gràcia, 56, 7º), con un equipo multidisciplinar de más de 250 profesionales.

Para obtener más información, visite www.cushmanwakefield.es o síguenos en @CushWakeSPAIN 