vinetur

Los churros con chocolate se abren paso en el desayuno del turista en Madrid

Viena Capellanes observa más interés por molletes, porras, tostas y bollería madrileña en sus locales del centro

martes 18 de agosto de 2026



Los desayunos tradicionales madrileños ganan peso entre los visitantes que pasan el verano en la capital. Viena Capellanes afirma que, a partir de lo observado en sus establecimientos situados en las zonas más turísticas del centro de Madrid, durante julio y agosto aumenta el interés por propuestas ligadas a la costumbre local, con productos como churros, porras, molletes y tostas entre las elecciones más repetidas al

inicio del día.

La empresa sostiene que el desayuno ha dejado de ser una parada rápida antes de empezar las visitas para convertirse en una forma de acercarse a la ciudad desde la mesa. Esa lectura se apoya, según la cadena, en el comportamiento diario de los clientes en cafeterías y obradores ubicados en áreas con mucha afluencia de viajeros, donde el primer consumo de la jornada se relaciona cada vez más con la búsqueda de recetas reconocibles de Madrid.

Entre los productos que más presencia ganan entre los visitantes internacionales, Viena Capellanes sitúa a los churros y las porras. La firma añade que los turistas estadounidenses muestran una afinidad especial por los desayunos más castizos y que, dentro de esa preferencia, el chocolate con churros aparece con frecuencia entre sus elecciones.

En el caso de los viajeros europeos, la empresa describe pautas más mezcladas. Los franceses suelen optar por el croissant con café, mientras que los italianos prefieren desayunos más ligeros. La cadena añade que, en este grupo, la bollería convive con alternativas como las tostas, en especial las preparadas con tomate, aceite de oliva y jamón.

Para el visitante nacional, Viena Capellanes observa una apuesta mayoritaria por los molletes y por la bollería tradicional. La empresa enmarca ese comportamiento en una relación más directa con hábitos ya asentados en Madrid, aunque precisa que las elecciones individuales siguen siendo variadas y que no existe un único patrón de consumo entre quienes pasan el verano en la ciudad.

Más allá de las diferencias entre procedencias, la compañía aprecia una pauta común: el interés por desayunos que el viajero identifique con el destino que visita. A juicio de Viena Capellanes, esa búsqueda de autenticidad está dando más valor a elaboraciones de larga presencia en la vida cotidiana madrileña y convierte el desayuno en un momento con peso propio dentro de la agenda del visitante.

La lectura que hace la empresa es que la gastronomía madrileña empieza a jugar su papel para el turista desde primeras horas de la mañana, no solo en el aperitivo o en las comidas. En ese marco, la tradición conserva tirón entre quienes quieren probar referencias locales antes de visitar museos, recorrer el Madrid de los Austrias o pasar la jornada en el centro de la capital.

Viena Capellanes vincula esta evolución a su posición en la ciudad y a la información que recoge de forma directa en sus puntos de venta. La compañía, fundada en 1873 por Matías Lacasa y más tarde adquirida por Manuel Lence, mantiene la gestión en manos de la familia Lence desde hace más de 110 años. En la actualidad cuenta con 26 establecimientos en Madrid, un obrador en Alcorcón, casi 45 Córner Viena en distintas empresas, una Escuela de Cocina y Repostería, el hotel Viena Suites, servicio de catering para eventos corporativos y familiares, además de su página web y la aplicación MyViena.