vinetur

La restauración en Japón modera su crecimiento en ventas hasta el 1,9%

El panel de POSTAS cerró el final del mes con caídas en todas las regiones

jueves 12 de noviembre de 2026

Las ventas nominales de los establecimientos de restauración en Japón que operan con el sistema de punto de venta POS+ crecieron un 1,9% interanual en octubre, por debajo del 2,9% registrado en septiembre. POSTAS informó de esa evolución este miércoles, 11 de noviembre, en su seguimiento mensual de ventas y medios de pago, con una señal clara de menor ritmo en la parte final del mes.

El panel se basa en las transacciones de los locales que utilizan POS+, un sistema móvil de caja en la nube implantado en negocios de restauración. La compañía mide la evolución de las ventas en valor y la publica como un índice relativo, sin ofrecer un importe agregado en yenes. Por eso, el dato permite ver cómo varía la facturación nominal, pero no cuánto dinero movió el conjunto del panel.

La comparación entre septiembre y octubre muestra una pérdida de 1 punto porcentual en la tasa interanual. Aun así, el balance mensual siguió en positivo. El cambio más visible apareció al final de octubre, cuando el comportamiento del panel se debilitó en todo el país.

En la semana del 26 de octubre, todas las regiones analizadas quedaron por debajo de la misma semana de 2025. La media regional cayó un 4,1% interanual, un retroceso que, por su extensión geográfica, apunta a una desaceleración repartida entre todas

las áreas cubiertas por el panel y no a un ajuste limitado a una sola zona.

Junto a esa moderación de las ventas, el uso de pagos sin efectivo ganó peso. La proporción pasó del 58,1% al 58,6% en octubre, lo que supone un aumento de 0,5 puntos porcentuales. El dato refleja que más de la mitad de las operaciones del panel ya se realizan por vías distintas al efectivo, aunque esa mejora en la cuota de pago electrónico no evitó la pérdida de ritmo en la facturación del mes.

Los datos publicados son nominales, por lo que mezclan el efecto de los precios con el del volumen vendido. POSTAS no separa en esta entrega qué parte del avance de octubre responde a un mayor gasto medio y qué parte a un mayor o menor número de consumiciones. Esa diferencia es relevante en restauración, porque una subida de ventas en valor puede producirse incluso si cae la afluencia de clientes, siempre que el ticket medio aumente.

La lectura que deja octubre es, por tanto, doble dentro del panel de POSTAS: el mes cerró todavía por encima del nivel de un año antes, pero con una trayectoria menos dinámica que la de septiembre y con un final de mes en rojo en todas las regiones. La empresa tampoco publica un importe total en yenes, de modo que la referencia disponible para octubre queda limitada al índice de ventas y al peso de los pagos sin efectivo.