vinetur

La restauración en China se enfría con un alza nominal de solo el 0,7%

Las empresas por encima del umbral estadístico recortan un 2,9% sus ingresos en el sector

lunes 16 de noviembre de 2026

La restauración en China aumentó su facturación nominal un 0,7% interanual en octubre, hasta 523.500 millones de yuanes, según informó la Oficina Nacional de Estadística de China. El dato deja un avance muy limitado para el conjunto del sector y, al mismo tiempo, muestra una diferencia interna: las unidades por encima del umbral estadístico, que incluyen a empresas, establecimientos y autónomos del alojamiento y la restauración con ingresos anuales de al menos 2 millones de yuanes, redujeron sus ingresos un 2,9%, hasta 145.900 millones.

Esa distancia entre el total del mercado y los operadores de mayor tamaño dibuja una evolución desigual de la actividad. Mientras el conjunto de la restauración siguió en terreno positivo en octubre, la parte del negocio sometida a recuento completo quedó por debajo del nivel del mismo mes del año anterior. La oficina china precisa además que todas las tasas publicadas son nominales, sin descontar el efecto de los precios, por lo que no reflejan la variación real del consumo.

Entre enero y octubre, los ingresos de la restauración sumaron 4,72 billones de yuanes, un 2,2% más que un año antes. Dentro de ese total, las unidades por encima del umbral estadístico facturaron 1,40 billones, con un avance del 0,9%. La cifra deja al sector algo por encima del ritmo del conjunto de las ventas minoristas del país, que en el mismo periodo subieron un 1,0%, aunque con una velocidad contenida.

La Oficina Nacional de Estadística de China informó este lunes, 16 de noviembre, de que las ventas minoristas totales de bienes de consumo alcanzaron en octubre 4,65 billones de yuanes, un 0,4% más interanual. Si se excluyen los automóviles, el aumento fue del 2,5%, hasta 4,32 billones. En ese mismo mes, las ventas de bienes avanzaron un 0,3%, por debajo del 0,7% registrado por la restauración, de modo que las comidas y servicios de hostelería aportaron algo más del 11% del gasto minorista medido por la estadística oficial.

El balance de los diez primeros meses apunta a un patrón parecido. Las ventas minoristas totales llegaron a 41,65 billones de yuanes, con un alza del 1,0%, y las ventas sin automóviles ascendieron a 38,38 billones, un 2,8% más. La restauración, con 4,72 billones, representó también en ese tramo algo más del 11% del total. El consumo rural avanzó más que el urbano: entre enero y octubre, las ventas en ciudades subieron un 0,9%, frente al 2,2% de las zonas rurales. En octubre, la diferencia se mantuvo, con un 0,2% en áreas urbanas y un 1,5% en las rurales.

Para la hostelería, el dato que más cambia la lectura del mes es el retroceso de los negocios por encima del umbral estadístico. La oficina china utiliza en este grupo una investigación completa, mientras que para las unidades por debajo del umbral aplica muestreo. Esa diferencia metodológica ayuda a entender por qué el total del sector puede avanzar al mismo tiempo que las empresas de mayor volumen bajan. La institución añade que las comparaciones interanuales de estas unidades se calculan con una base homogénea, ya que cada año entran en la estadística negocios que superan el umbral y salen otros que dejan de cumplirlo, además del efecto de aperturas, cierres y cancelaciones de actividad.

Fuera de la restauración, la estructura del consumo mostró un comportamiento desigual. Entre enero y octubre, las tiendas de conveniencia elevaron sus ventas un 5,1% y los supermercados, un 3,5%, mientras que las tiendas especializadas bajaron un 2,2%, los grandes almacenes un 3,5% y las cadenas monomarca un 11,0% dentro del grupo de unidades minoristas por encima del umbral. En bienes concretos, los equipos de telecomunicaciones subieron un 6,5% en octubre y un 16,5% en el acumulado del año, frente a caídas del 21,4% mensual y del 15,5% entre enero y octubre en automóviles.

La venta minorista por internet de bienes y servicios alcanzó 16,98 billones de yuanes entre enero y octubre, un 3,7% más. De esa cifra, la venta online de bienes sumó 10,73 billones, con un aumento del 2,9%, y la de servicios llegó a 6,25 billones, un 5,0% más. Dentro de los bienes vendidos por internet, los productos de alimentación subieron un 15,3%, por encima de la ropa, con un 1,8%, y de los artículos de uso cotidiano, con un 0,1%.

La Oficina Nacional de Estadística de China también revisó la serie mensual ajustada estacionalmente de las ventas minoristas totales desde octubre de 2025. Tras esa revisión, el avance intermensual de octubre de 2026 quedó en el 0,02%.