vinetur

Las ventas de bares y restaurantes de EE UU crecieron solo por la subida de precios

El ajuste por inflación dejó una caída real del 0,3% en el mes

miércoles 18 de noviembre de 2026



Las ventas de bares y restaurantes de EE UU subieron un 0,2% en octubre y alcanzaron los 92.900 millones de dólares, pero el avance se quedó por debajo del alza de los precios de los menús y dejó una caída real del 0,3% en el mes. Los datos, difundidos este martes, 17 de noviembre, por la National Restaurant Association a partir de cifras preliminares de la Oficina del Censo, muestran que la facturación siguió al alza en

términos nominales, aunque perdió fuerza una vez descontada la inflación.

La cifra de octubre mejora la de septiembre, revisada a la baja hasta 92.700 millones de dólares. Con ello, el sector encadena nueve meses seguidos de aumento de ventas, la racha más larga desde la reapertura tras la pandemia. En comparación con octubre de 2025, la facturación fue un 7% mayor, el mayor avance interanual de los últimos doce meses desde 2023.

La asociación empresarial atribuye una parte de ese comportamiento al mercado laboral de EE UU. En los tres últimos meses, la economía estadounidense sumó más de 400.000 empleos, una evolución que, a juicio de la organización, refuerza la capacidad de gasto de los hogares en partidas no esenciales como comer o beber fuera de casa.

Ese apoyo del empleo convive, no obstante, con varias señales de presión para el consumo. La National Restaurant Association señala que los salarios no han seguido el ritmo de los precios en los últimos meses y que muchos consumidores han recurrido a sus ahorros para mantener el gasto. También cita la bajada reciente de la bolsa como un factor de riesgo, sobre todo para los hogares de renta alta, que continúan aportando una parte amplia del aumento del consumo.

El dato mensual deja además una diferencia clara entre ventas nominales y ventas reales. El índice de precios al consumo de comida fuera del hogar subió un 0,5% en octubre. Eso significa que todo el aumento de la facturación de bares y restaurantes se explica por precios más altos, no por un mayor volumen de consumo. Tras ajustar por inflación, el sector retrocedió un 0,3% respecto a septiembre.

Aun así, la comparación anual ofrece una imagen más favorable. Una vez descontado el efecto de los precios de los menús, las ventas reales de locales de comida y bebida fueron en octubre un 3,2% superiores a las de un año antes. La asociación apunta que ese resultado iguala el de septiembre y supone el mejor registro interanual real en casi cuatro años.

La evolución del sector hostelero tiene además interés para fabricantes y distribuidores de bebidas. El gasto en bares y restaurantes suele servir como referencia para anticipar compras de vino, cerveza y destilados en el canal de hostelería, de modo que

una mejora nominal acompañada de una caída real puede traducirse en un comportamiento más prudente de los pedidos si el volumen de consumo no acompaña.

El comercio minorista en su conjunto avanzó también un 0,2% en octubre, en línea con los locales de comida y bebida. Sin embargo, el reparto del gasto fue desigual entre categorías. Las gasolineras encabezaron las subidas con un 1,5%, impulsadas por precios elevados en el surtidor. Las tiendas de salud y cuidado personal aumentaron otro 1,5%, mientras que los comercios no presenciales crecieron un 1,2%.

En el lado contrario, las tiendas de muebles y equipamiento del hogar bajaron un 2,3%. Los concesionarios y vendedores de piezas de automóvil cedieron un 1,6%, y las tiendas de artículos deportivos y ocio, así como las de ropa, retrocedieron un 0,7% en ambos casos.

La National Restaurant Association recuerda que los establecimientos de comida y bebida representan cerca del 72% de todas las ventas del sector estadounidense de restauración y servicios de comida. Por ese peso dentro del negocio, la marcha de bares y restaurantes suele marcar buena parte de la trayectoria del consumo fuera del hogar en EE UU.