vinetur

Cae al 47% la intención de pedir la cena de Acción de Gracias a restaurantes en Estados Unidos

La presión sobre el presupuesto enfría los pedidos para llevar y reparto, con consumo en sala estable en el 5%

lunes 23 de noviembre de 2026

La intención de pedir la cena de Acción de Gracias a restaurantes en Estados Unidos baja este año seis puntos, del 53% al 47%, mientras que el 5% prevé comer en un local, la misma proporción que en los dos ejercicios anteriores. Para la hostelería, el dato apunta a una campaña con menos demanda prevista en comida para llevar y reparto que en 2025, aunque el recurso a los restaurantes sigue muy por encima de 2024, cuando era del 37%, y de 2023, con el 32%.

El dato figura en un estudio nacional de Popmenu, difundido este lunes, 23 de noviembre, por PR Newswire. La empresa, que desarrolla tecnología para restaurantes y trabaja con más de 12.000 establecimientos, encuestó a 1.000 adultos de Estados Unidos los pasados 17 y 18 de noviembre. El sondeo mide previsiones de consumo de cara a la cena de Acción de Gracias del próximo 26 de noviembre.

En conjunto, el 52% de los consumidores prevé depender de los restaurantes para toda o parte de esa comida festiva, ya sea con pedidos para recoger, reparto a domicilio o consumo en el propio establecimiento. La parte que tira del total sigue siendo el canal de take away y delivery, pese al retroceso de este año, ya que el consumo en sala se mantiene estable en el 5%.

El estudio vincula esa decisión a un doble motivo: ahorrar tiempo y contener el gasto. Entre quienes recurrirán a restaurantes, el 65% dice que quiere simplemente disfrutar de la fiesta, el 40% no quiere ocuparse de comprar ingredientes y cocinar, y el 32% considera que encargar la comida sale igual o más barato que prepararla en casa. A eso se suman un 22% que afirma estar demasiado ocupado y un 19% que prefiere una comida cocinada por profesionales.

La presión sobre el presupuesto familiar aparece en casi todas las respuestas. El 86% de los encuestados considera que el precio de una cena de Acción de Gracias está fuera de control, y el 62% asegura que gastará menos que el año pasado para ajustarse a su presupuesto. Entre quienes organizarán la comida en casa, el gasto medio previsto ronda los 200 dólares y la mitad calcula que sentará a la mesa a entre seis y diez personas.

Para recortar la factura, muchas familias cambiarán el formato de la celebración. El 42% optará por reuniones con menos invitados, el 31% comprará marcas de comida y bebida más baratas y el 29% reducirá el número de guarniciones y postres. Además, el 28% pedirá a los invitados que lleven un plato, el 22% elegirá recetas con menos ingredientes o con ingredientes más económicos y el 18% reducirá la compra de alcohol.

Ese ajuste también llegará al menú. Entre los anfitriones, el 29% dice que eliminará la tarta de calabaza, el maíz o el boniato para gastar menos. Otro 27% prescindirá de los arándanos, el 23% de las judías verdes y el 22% retirará del menú el pavo o el relleno. Los porcentajes muestran que el recorte no se limita a productos secundarios y alcanza también a platos muy asociados a esta celebración.

Brendan Sweeney, consejero delegado y cofundador de Popmenu, afirma que muchas familias prefieren dedicar el tiempo a sus invitados en lugar de cocinar y que eso mantiene a los restaurantes como una opción importante en Acción de Gracias. Como ejemplo de actividad comercial, añade que algunos establecimientos con los que trabaja la empresa ya han logrado 20.000, 50.000 e incluso 150.000 dólares en preventas para esa fecha. Esas cifras corresponden a casos de clientes de Popmenu y no a una media del mercado.