vinetur

Las reservas anticipadas para comer fuera en Acción de Gracias suben 12% en Estados Unidos

Los grupos de seis o más ya rozan un tercio de las reservas en la plataforma OpenTable

miércoles 25 de noviembre de 2026



Las reservas anticipadas para comer fuera en Acción de Gracias avanzan un 12% interanual en Estados Unidos, de acuerdo con los registros de OpenTable para este jueves, 26 de noviembre. En el caso de los grupos de seis personas o más, el aumento

llega al 21%. Para la restauración, el dato apunta a una jornada con más demanda prevista de antemano y con un mayor peso de las mesas grandes, un tipo de servicio que obliga a ajustar con más precisión turnos, cocina y espacio en sala.

OpenTable precisa que la comparación se ha hecho con las reservas online realizadas con al menos ocho días de antelación para Acción de Gracias de 2026 y las registradas con el mismo margen para la edición de 2025. La lectura, por tanto, se limita a los restaurantes presentes en esa plataforma y no equivale por sí sola al conjunto del mercado estadounidense.

La misma fuente añade que los grupos de seis o más ya representan casi un tercio de los comensales que tienen reserva para esa fecha. Ese reparto sugiere un mayor peso de reuniones familiares o de grupos amplios en restaurantes, frente a celebraciones organizadas por completo en casa.

El movimiento coincide con una percepción extendida entre los consumidores de que preparar la comida doméstica sale cada vez más caro. Popmenu, empresa tecnológica que trabaja con más de 12.000 restaurantes, recoge en una encuesta nacional a 1.000 consumidores realizada en noviembre que las familias que van a ejercer de anfitrionas esperan gastar unos 200 dólares de media. En ese mismo estudio, el 86% afirma que el precio de celebrar la festividad en casa se ha vuelto excesivo.

Esa presión sobre el gasto se refleja también en la intención de compra. Popmenu señala que el 52% de los consumidores prevé pedir comida o comer fuera en Acción de Gracias este año. Además, el 32% dice que recurrirá a los restaurantes de una forma u otra porque cree que sale más barato o que cuesta lo mismo que comprar todos los ingredientes para cocinar en casa.

Para la hostelería, esa combinación de reservas previas más altas y mayor recurso al pedido para llevar ofrece una señal clara de actividad en una de las fechas con más reuniones familiares del calendario estadounidense. También permite a muchos operadores trabajar con algo más de previsión en compras y producción, algo especialmente útil cuando el servicio se concentra en pocas horas y con grupos numerosos.

Las cifras de mercado conviven con ofertas comerciales muy distintas según el tipo de local. En el segmento de menús cerrados, varios restaurantes parten de 59 dólares por persona, sin bebidas, una tarifa que puede elevar con rapidez la factura final de una familia amplia. Frente a esa opción, varias cadenas familiares están reforzando paquetes para recoger o calentar en casa con precios cerrados para grupos.

Cracker Barrel, por ejemplo, comercializa un Turkey Family Dinner para 4 a 6 comensales por unos 119,99 dólares y un Turkey Feast para 8 a 10 por 189,99 dólares. Los paquetes incluyen pechuga de pavo asada, relleno de pan de maíz, salsa gravy, relish de arándanos, cazuela de boniato, puré de patata, judías verdes y panecillos. Las tartas de temporada, entre ellas las de calabaza, pacana y rollo de canela, se venden aparte por 14,49 dólares cada una.

Bob Evans ofrece dos fórmulas para quienes prefieren recibir a la familia en casa sin cocinar desde cero. Sus Farmhouse Feasts se entregan fríos para calentar y servir en dos horas o menos, con opción de pavo asado, jamón ahumado o estofado, guarniciones caseras, relish de arándanos, panecillos y tarta de calabaza. Dan servicio a grupos de 4 a 10 personas y parten de 94,99 dólares. La cadena suma además una Holiday Celebration Hot Family Meal, ya preparada y caliente, para hasta seis personas por 114,99 dólares.

Otras enseñas como Golden Corral, Denny’s, Maggiano’s y Cotton Patch Cafe también han puesto en venta comidas de Acción de Gracias pensadas para reuniones de grupo. En estos casos, la restauración no solo compite con la salida al comedor del restaurante, sino también con la alternativa intermedia del pedido preparado para consumir en casa.

Brendan Sweeney, consejero delegado y cofundador de Popmenu, afirma que algunos restaurantes con los que trabaja la compañía ya han ingresado 20.000, 50.000 e incluso 150.000 dólares en pedidos anticipados para la festividad. El directivo añade que, al mismo tiempo, también ve ajustes en muchas mesas familiares, con listas de invitados más cortas o con menos platos tradicionales para contener el gasto.