vinetur

El sector de la restauración en España se prepara para un 2025 lleno de cambios

El tráfico en restaurantes aumenta ligeramente, pero la clave del éxito radica en la personalización y adaptación a los consumidores.

viernes 21 de marzo de 2025



El sector de la restauración en España se enfrenta a un año 2025 lleno de cambios y posibilidades. Según Edurne Uranga, Vicepresidenta de Foodservice EMEA de Circana, durante su intervención en el evento Restaurant Trends, el tráfico en los restaurantes

ha aumentado ligeramente, con un incremento del 0,2%. Este evento, organizado por Marcas de Restauración en el marco de HIP, reunió a expertos del sector para analizar la situación actual y futura.

En 2024, el sector de Foodservice en España alcanzó un gasto superior a los 42.5 mil millones de euros, lo que representa un crecimiento del 2,1% en comparación con el año anterior. Este aumento se debe principalmente a un incremento del 2,5% en el tique medio, aunque las visitas disminuyeron un 0,4%. Esto indica que los consumidores son más selectivos y ajustan sus hábitos de consumo para compensar el aumento del 4,1% en los precios experimentado en 2024. La competencia por atraer a los clientes es más intensa que nunca, según Uranga.

La clave para el éxito en 2025 radica en centrarse en lo que realmente importa al consumidor, dejando de lado los promedios. Uranga subrayó la importancia de ajustar la arquitectura de precios para adaptarse a diferentes perfiles de clientes. Por ejemplo, en los restaurantes de servicio rápido (QSR), hay un porcentaje importante de tiques más altos que en los restaurantes de servicio completo (FSR). El precio sigue siendo un factor esencial, especialmente cuando el 63% de los consumidores afirma que su situación económica influye en sus hábitos de consumo fuera del hogar.

Además, la personalización y la tecnología son herramientas esenciales para mejorar la experiencia del cliente. La calidad de la comida y bebida, junto con un ambiente atractivo, son factores clave para atraer a los clientes. También es importante maximizar el impacto de las recomendaciones, ya que el 40% de los consumidores elige restaurantes recomendados por familiares y amigos, y las valoraciones en línea son cada vez más influyentes.

Uranga también señaló la oportunidad que representa la reducción del teletrabajo para el sector de la restauración en España. Con más del 20% de las ocasiones de consumo vinculadas al entorno laboral, comprender las dinámicas de la vuelta a la oficina será fundamental. La tendencia a reducir el teletrabajo podría acelerarse en los próximos meses, lo que ofrecería nuevas oportunidades para el sector.

En resumen, para crecer en 2025, es necesario ir más allá de los datos generales y comprender en profundidad a los consumidores. Hay oportunidades claras si se rompen los promedios y se enfoca en lo que realmente importa a los clientes, concluyó Uranga.