vinetur

La restauración colectiva se transforma en 2026 para ofrecer una solución más conveniente y una experiencia mejorada

Mediterránea Group identifica cinco tendencias que transformarán la restauración colectiva en 2026: conveniencia, proteína vegetal, nuevos formatos y una experiencia centrada en el

lunes 22 de diciembre de 2025

ESCRITO POR ALFONSO GARRIDO



- Según un estudio de Worldpanel by Numerator, la conveniencia motiva el 25% de las decisiones de consumo de alimentos y bebidas, lo que tiene su eco en el aumento del mercado de productos listos para consumo con un incremento del 15%.

- La proteína vegetal, los nuevos formatos de servicio y la hibridación de modelos marcarán la evolución del sector.

- Mediterránea Group identifica cinco grandes tendencias que marcarán el rumbo de la restauración colectiva en 2026.

El mercado de los platos listos para comer vive un crecimiento sin precedentes en España. Este novedoso segmento ha aumentado un 50% en los últimos tres años, según un estudio de "Worldpanel by Numerator", una cifra que refleja un cambio profundo en los hábitos de consumo y en la manera en la que los españoles organizan su alimentación diaria. Cada vez cocinamos menos y buscamos soluciones rápidas, cómodas y listas para consumir.

Sin embargo, este nuevo escenario convive con una realidad clave: el crecimiento de la restauración ha continuado su línea ascendente. Un comportamiento que se explica por un cambio estructural en los hábitos de los españoles: buscamos opciones más ágiles, prácticas y adaptadas a un entorno macroeconómico cada vez más exigente. La conveniencia se consolida así, como un elemento clave en la forma de alimentarse dentro y fuera del hogar, por lo que el posicionamiento actual para responder a esta nueva demanda pasa por propuestas completas, equilibradas y accesibles en el día a día.

Ante esta transformación del mercado, Mediterránea Group, compañía española experta en la creación de experiencias de bienestar para el usuario en el sector de la restauración, ha elaborado su análisis de tendencias para 2026, identificando los grandes ejes que marcarán la evolución del sector en un escenario en el que la restauración colectiva se adapta para dar respuesta a las nuevas demandas del consumidor.

La restauración como alternativa real a la comida preparada

El crecimiento de la comida preparada confirma que el consumidor busca soluciones ágiles para su día a día, pero la situación macroeconómica plantea retos para un consumo recurrente. Este nuevo equilibrio ofrece a empresas de nuestro sector una oportunidad estratégica para crear una propuesta completa, saludable y equilibrada, en la que los beneficios percibidos (como la calidad, variedad, frescura y rapidez del servicio), superan claramente el esfuerzo que supone acceder a ella. Es decir, el sector consigue una ecuación de valor atractiva para el usuario, ofreciendo más por lo que recibe y facilitando decisiones de consumo más satisfactorias. En 2026, los datos parecen acompañar esta tendencia en la que el sector de las colectividades tiene el potencial para reforzar su papel como alternativa frente a los platos listos para el consumo, ganando protagonismo en entornos como empresas.

La proteína vegetal amplía su presencia en los menús

La confección de los menús seguirá evolucionando hacia modelos más flexibles y equilibrados, impulsados tanto por las preferencias del consumidor como por cambios en el marco normativo. Por ejemplo, el Real Decreto 315/2025, orientado a fomentar una alimentación saludable y sostenible en centros educativos, promueve una mayor presencia de legumbres, frutas, verduras y opciones basadas en fuentes de proteína vegetal en los menús.

Teniendo en cuenta estos factores, esta opción vegetal se consolida como uno de los grandes pilares de la oferta, no solo por su valor nutricional, sino también por su contribución a la sostenibilidad y a una alimentación más rica y variada. Legumbres, cereales y derivados vegetales ganarán peso en los menús diarios, permitiendo diseñar propuestas más atractivas, adaptadas a distintos perfiles de usuario y a nuevas tipologías alimentarias.

De la dark kitchen al micro restaurante: la restauración colectiva innova con nuevos formatos

Tras consolidar su base de consumidores, aquellos negocios originados para el delivery han iniciado una evolución hacia formatos físicos. Las dark kitchens, o cocinas profesionales diseñadas exclusivamente para la preparación de pedidos a domicilio sin atención al público, han sido el origen de muchos de estos negocios. Esta tendencia impactará también de lleno y avanzará hacia modelos de servicio más híbridos: córners especializados, kioscos temáticos y espacios flexibles dentro de los propios centros. En 2026, el usuario tendrá aún más oportunidades de elegir entre distintos conceptos gastronómicos dentro de un mismo entorno o espacio, reforzando la personalización de la experiencia.

La experiencia del usuario se refuerza como eje competitivo del sector

Más allá del producto y del precio, la experiencia continuará siendo uno de los grandes factores diferenciales, evolucionando hacia espacios más amables, pensados para alimentarse y que ejerzan como catalizador de bienestar, en los que desconectar, socializar y cuidarse. La ambientación, los flujos de servicio o la atención al usuario cobrarán un papel aún más importante en un entorno cada vez más competitivo.

Una digitalización centrada en las personas

La tecnología seguirá siendo una palanca de transformación, pero con un enfoque más práctico y humano. En 2026, la digitalización estará orientada a facilitar la experiencia del usuario a través de la personalización de menús, pagos ágiles, rapidez en el servicio, control de consumos y mayor transparencia en los procesos. Al mismo tiempo, permitirá optimizar la gestión, mejorar la trazabilidad y ganar eficiencia operativa.

Con este escenario, Mediterránea Group sitúa el bienestar en el centro de su reflexión sobre el futuro, explorando modelos de servicio más accesibles, saludables y flexibles, alineados con la evolución de los hábitos de consumo y las nuevas expectativas de los usuarios.