vinetur

El comensal español frena el gasto y obliga a bares y restaurantes a reinventarse sin subir precios

La rentabilidad sigue en riesgo pese a la caída de cierres y el auge de formatos asequibles como fast food y cafeterías

miércoles 11 de febrero de 2026



El sector de la restauración en España cerró 2025 con una reducción en el ritmo de cierres de bares y restaurantes, según el informe Resultados de la Restauración en 2025, elaborado por Delectatech. Esta empresa, especializada en el análisis del sector HORECA mediante inteligencia artificial, ha seguido la evolución de más de 250.000 establecimientos en todo el país. El informe señala que el promedio diario de cierres se situó en 31 locales, frente a los 37,5 del año anterior. Este descenso refleja una mayor madurez del tejido empresarial tras varios años marcados por ajustes, inflación y aumento de los costes energéticos, laborales y de materias primas.

A pesar de esta estabilización en el número de cierres, la recuperación plena del sector todavía no se ha alcanzado. El ticket medio aumentó un 2,5% respecto al año anterior, pero este crecimiento quedó por debajo de la inflación específica del sector, que fue del 4,6%. Esto significa que los consumidores están gastando menos en términos reales o, al menos, evitando incrementos importantes en su gasto fuera del hogar. Los operadores tienen dificultades para trasladar el aumento de costes al precio final sin perder clientes.

La ocupación media de los locales apenas varió (-0,3%), lo que indica que la demanda se mantiene estable. Sin embargo, la rentabilidad sigue siendo un problema para muchos negocios. El informe también recoge una ligera caída en la satisfacción del consumidor (-1,1% respecto a 2024), lo que sugiere una mayor sensibilidad al precio y expectativas más altas en cuanto a la relación calidad-precio. Los clientes siguen acudiendo a bares y restaurantes, pero comparan más y penalizan las propuestas que consideran caras o poco claras en cuanto al gasto final.

Por tipo de establecimiento, los bares y cafeterías con precios bajos han mostrado un mejor comportamiento durante 2025. Han reducido su tasa de cierres, mantenido la ocupación e incluso incrementado ligeramente el gasto medio gracias a momentos de consumo recurrentes y precios percibidos como razonables. En cambio, los restaurantes con precios altos y posicionamiento premium han registrado más cierres y descensos en la ocupación. Aunque estos locales mantienen mejor la satisfacción del cliente, el volumen de negocio no acompaña y los consumidores reservan estas experiencias para ocasiones puntuales.

El comportamiento del sector varía según la región. El norte de España y los archipiélagos balear y canario presentan mejores resultados en equilibrio entre ocupación, gasto medio, satisfacción del cliente y menor tasa de cierres. Factores como el turismo, una estacionalidad más repartida y una oferta menos saturada benefician a estas zonas. Por otro lado, comunidades como Madrid, Cataluña o la Comunidad Valenciana concentran un mayor número de cierres debido a su alta densidad de establecimientos y fuerte competencia.

En cuanto a tendencias gastronómicas, 2025 ha consolidado el avance de formatos más asequibles y previsibles para el consumidor. El fast food, el fast casual y el coffee & bakery lideran el crecimiento porque permiten controlar mejor el gasto sin renunciar al consumo fuera del hogar. La pizza y la pasta han incrementado su relevancia un 6,2%, mientras que el fast food creció un 2,3%. El sushi ha experimentado un aumento del 16,2% en relevancia online. Por el contrario, las tapas y el pescado han perdido peso porque los consumidores perciben estos productos como menos controlables en cuanto al coste final.

En bebidas, el café ha reforzado su papel principal con un crecimiento del 10,1%, impulsado por nuevos momentos de consumo como desayunos, brunchs y cafeterías híbridas. El consumo de alcohol sigue bajando: vino (-7,3%) y cerveza (-14,3%) registraron caídas notables. Los espirituosos mantienen cierta estabilidad gracias a ocasiones concretas como el tardeo o la coctelería.

Entre las tendencias de producto para este año figura el pistacho como ingrediente preferido. Su presencia ha aumentado especialmente en postres y bebidas: las propuestas con pistacho cheesecake crecieron un 88% y las bebidas tipo pistachio latte subieron un 122%. También ganan peso las bebidas saludables y sin alcohol como el iced matcha latte o recetas reinterpretadas como la carbonara trufada.

De cara a 2026, los expertos consultados coinciden en que uno de los principales problemas será encontrar vías para crecer sin margen para nuevas subidas de precios. Xavier Mallol, CEO de Delectatech, señala que “el comensal se ha cansado de pagar más”. Según Mallol, será fundamental proteger márgenes y ofrecer más valor sin encarecer la experiencia para mantener la viabilidad del sector.