vinetur

Solo el 39% de los restaurantes revisa su rentabilidad semanalmente pese a que el 70% se considera sólido

El 50% de los establecimientos obtiene más de la mitad de su facturación a través de reservas online

martes 17 de marzo de 2026



El sector de la restauración en España atraviesa una etapa de consolidación tras años de incertidumbre y cambios acelerados por la pandemia. Sin embargo, persisten desafíos estructurales que afectan a la rentabilidad y la gestión diaria de los negocios. Así lo refleja el estudio “Retos y Desafíos de la Restauración en España”, presentado por TheFork y basado en las respuestas de 615 profesionales del sector.

En el ámbito financiero, el informe elaborado junto a la consultora Toluna muestra que el 67% de los restauradores considera que su situación económica es estable. No obstante, el 30% identifica riesgos puntuales y un 3% reconoce tensiones de liquidez. El análisis revela que la rentabilidad no se revisa con la frecuencia que requiere un sector tan expuesto a la volatilidad de la demanda y a la presión de los costes. Solo el 39% de los encuestados revisa la rentabilidad semanalmente, mientras que el 50% lo hace de forma mensual y un 10% solo una vez al trimestre.

El control sobre el margen de beneficio y la cuenta de resultados tampoco es homogéneo. Un 64% afirma analizar regularmente estos indicadores para tomar decisiones estratégicas, pero el 36% carece de un control sistemático. Además, aunque el 78% considera tener la formación financiera necesaria para gestionar su negocio, el 42% reconoce necesitar más formación en este ámbito y el 35% señala la falta de herramientas adecuadas para medir la rentabilidad. El principal obstáculo para mejorar la rentabilidad es el aumento del coste de las materias primas y proveedores, señalado por el 60% de los encuestados.

En cuanto a la digitalización, el sector avanza pero a diferentes ritmos. El 71% de los profesionales considera que su nivel de digitalización es alto o muy alto, aunque uno de cada tres reconoce operar con un nivel medio o bajo. El 34% de los encuestados prioriza digitalizar la gestión de reservas y ocupación, seguido de un 26% que busca mejorar la gestión y fidelización de clientes. Sin embargo, la falta de formación (30%), el coste de la inversión (26%) y la falta de tiempo (25%) son los principales frenos para la adopción de nuevas herramientas tecnológicas.

La gestión de reservas muestra una convivencia entre sistemas digitales y manuales. El 50% de los restaurantes utiliza software digital para registrar las reservas, un 14% sigue usando libro de papel y más de un tercio opera con un modelo híbrido. En

términos de facturación, el canal online es cada vez más relevante: el 49% de los establecimientos afirma que más de la mitad de sus ingresos proviene de reservas digitales, mientras que para el 40% este canal representa entre el 25% y el 50% de la facturación.

La fidelización de clientes se ha convertido en uno de los principales retos del sector. El 43% de los restauradores detecta que los clientes planifican más y reservan con antelación, el 36% percibe que son más exigentes y el 24% considera que fidelizarlos es cada vez más difícil. El 72% de los negocios tiene tasas de repetición de comensales inferiores al 50%, lo que dificulta la consolidación de ingresos estables y la captación de nuevos clientes.

El estudio también analiza las medidas adoptadas para reducir los no-shows, que afectan directamente a la rentabilidad. El 56% de los restaurantes utiliza la reconfirmación automática de reservas mediante SMS, email o WhatsApp, el 46% recurre a la llamada telefónica y el 40% aplica la huella bancaria o el prepago. Solo un 2% no utiliza ninguna medida.

La muestra del estudio está compuesta por propietarios, chefs ejecutivos, directores generales y mandos de alta dirección de restaurantes familiares, de alta cocina o pertenecientes a grupos, todos con un ticket medio superior a 25 euros. El trabajo de campo se realizó entre enero y febrero de 2026 y abarca todo el territorio nacional, excluyendo Ceuta y Melilla.

Según Jay Kim, Country Manager Iberia de TheFork, el objetivo del estudio es contribuir a construir soluciones que ayuden a los restaurantes a ser más rentables y sostenibles en el tiempo, en un entorno que exige una gestión operativa y eficiencia cada vez mayores.