vinetur

España lidera el crecimiento de la restauración

Deloitte sitúa el mercado español en 92.000 millones y prevé estabilidad hasta 2030

martes 14 de abril de 2026



El mercado mundial de la restauración entra en una fase de crecimiento más estable y moderado, con una previsión de valor de 2,98 billones de euros en 2025. Así lo recoge un avance del informe Foodservice Market Monitor 2026 de Deloitte, facilitado a TUTTOFOOD antes de su publicación, que sitúa el crecimiento mundial en el 2,2% en 2025 respecto a 2024.

Europa y Asia-Pacífico tiran de esa evolución. Según el documento, Europa avanzó un 6,0% y Asia-Pacífico un 3,8%, en un momento en el que el sector deja atrás la recuperación pospandémica y entra en una etapa de cambios estructurales más claros. La lectura que hace Deloitte es que la restauración se mueve hacia una nueva normalidad, con más peso de la eficiencia operativa, la innovación en los formatos y la integración de la cadena de suministro.

En ese escenario, España aparece como uno de los mercados más dinámicos. El sector de la restauración en el país alcanzó un valor de 92.000 millones de euros en 2025 y creció un 5,8% respecto a 2024, por encima del avance mundial. El impulso llegó sobre todo por el auge de los restaurantes de servicio rápido, conocidos como QSR por sus siglas en inglés, que registraron una subida del 13,6%.

El informe prevé que ese segmento siga entre los que más crezcan en los próximos años, junto con la comida callejera. Norteamérica y Asia-Pacífico figuran como los motores de ese avance a escala internacional. Para España, Deloitte también anticipa unas perspectivas sólidas hasta 2030, lo que apunta a nuevas oportunidades de inversión en el sector alimentario.

Antonio Cellie, director general de Fiere di Parma, sostiene que la restauración entra en una etapa marcada por la evolución de los modelos de consumo y por una cadena de suministro más compleja. En su opinión, TUTTOFOOD, como plataforma del sector alimentario en el sur de Europa, ayuda a convertir la información del mercado en oportunidades de negocio al poner en contacto a proveedores internacionales con más de 4.000 compradores de primer nivel. Ese trabajo cuenta con el apoyo de un programa para compradores organizado junto con ITA, la Agencia Italiana de Comercio Exterior.

Tommaso Nastasi, socio de Deloitte y responsable del servicio de Creación de Valor, señala que en los últimos años el crecimiento del sector ha estado marcado por dos líneas principales: la expansión de los formatos y la mayor presencia de cadenas de restaurantes. A su juicio, estas cadenas están demostrando una capacidad especial para combinar servicio, calidad y experiencia del cliente.

Nastasi añade que esa evolución hace que el canal resulte más atractivo para toda la cadena de valor. Las alianzas con cadenas estructuradas permiten a los proveedores racionalizar los esfuerzos comerciales, optimizar el coste por servicio y participar en iniciativas de desarrollo conjunto. También facilitan la oferta de productos más personalizados y, en última instancia, generan más valor en todo el ecosistema.

El informe también recoge cambios en las preferencias de los consumidores. Los envases de alta gama se están convirtiendo en un factor clave para el crecimiento del reparto a domicilio. El 90% de los consumidores está dispuesto a pedir una mayor variedad de platos cuando se ofrecen este tipo de envoltorios, y el 53% acepta pagar un precio más alto.

Al mismo tiempo, la relación calidad-precio gana peso. Cerca del 80% de los consumidores exige más digitalización en todas las fases del proceso de compra, aunque esa digitalización todavía no está optimizada por completo en todos los mercados.

Del lado de la oferta, el aumento del consumo fuera del local está cambiando los formatos. El 41% de los operadores prevé habilitar más espacios específicos para el reparto a domicilio y la comida para llevar, y el 34% de los restaurantes de comida rápida se centra en locales dedicados solo a la comida para llevar.

La automatización también avanza. El 7% de los operadores está incorporando tecnologías para mejorar la productividad. Por ahora, solo el 28% afirma haber obtenido beneficios en términos de rentabilidad, aunque el informe considera que esta línea abre margen para seguir mejorando la eficiencia y la innovación.

TUTTOFOOD se presenta como la plataforma líder del sector alimentario en el sur de Europa. Con sede en Milán, funciona como un punto de encuentro para productores, distribuidores y mercados internacionales, y está organizada por Fiere di Parma, uno de los principales operadores del sector ferial italiano y europeo.