vinetur

86% dos grupos de restauração organizada em Espanha planeiam abrir novos espaços em 2027

Mais de metade espera contratar trabalhadores, depois de muitos terem registado margens mais baixas no ano anterior

quarta-feira, 25 de novembro de 2026



A maioria dos grupos de restauração organizada inquiridos em Espanha espera abrir novos espaços em 2027, apesar de muitos afirmarem que as suas margens foram pressionadas nos últimos 12 meses.

Segundo dados divulgados na terça-feira, 24 de novembro, pela publicação especializada InfoHoreca, 86% dos grupos de restauração inquiridos afirmaram que planeiam abrir estabelecimentos em 2027 e 58% disseram esperar aumentar os seus quadros. Os dados são do Observatorio de la Restauración de Marca 2026-2027, um estudo apresentado com a participação da Marcas de Restauración, da KPMG e da Circana.

O inquérito abrangeu 43 grupos de restauração em Espanha que, de acordo com a apresentação do estudo citada pela InfoHoreca, exploram quase 5 800 estabelecimentos e geram mais de 7,8 mil milhões de euros em receitas. Os resultados constituem, assim, um indicador abrangente de uma parte significativa do setor da restauração organizada do país, embora não representem todo o mercado espanhol da restauração.

Os resultados apontam para a continuidade dos planos de expansão num setor que tem enfrentado pressões sobre a rentabilidade. Embora 96% dos grupos inquiridos afirmem esperar um aumento das vendas, mais de metade disseram que as suas margens diminuíram no ano anterior. Esta combinação sugere que muitos operadores acreditam que a procura continuará suficientemente forte para sustentar o crescimento, mesmo que o aumento dos custos ou a concorrência nos preços continue a limitar os lucros.

A diferença entre as expectativas de crescimento das vendas e a redução das margens é importante, porque o inquérito reflete intenções, e não resultados empresariais concretizados. As aberturas previstas não correspondem a lojas já aprovadas ou inauguradas, e as contratações projetadas não representam postos de trabalho já criados. Os dados mostram, antes, como os principais operadores se estão a posicionar para 2027, após um ano em que muitos afirmaram ter menos margem entre as receitas e os custos.

A tecnologia está também a assumir um papel cada vez mais importante nessa estratégia. O inquérito concluiu que 51% dos grupos já tinham implementado ou alargado a utilização de inteligência artificial em diferentes áreas dos seus negócios. Entre as áreas referidas contam-se a previsão da procura, a gestão das equipas e a

fidelização de clientes. Isto aponta para uma transição no setor: da experimentação de ferramentas digitais para a sua utilização nas operações diárias relacionadas com a gestão de pessoal, as compras e a fidelização.

Os resultados do inquérito não quantificam o montante que estes sistemas de IA permitiram poupar, nem o eventual aumento das vendas. A informação citada pela InfoHoreca também não apresentou valores históricos diretamente comparáveis com os do inquérito anterior, o que limita a possibilidade de medir, numa base comparável, a evolução do interesse na expansão ou da adoção tecnológica.

Ainda assim, as respostas sugerem que os grandes operadores de restauração em Espanha procuram conciliar o crescimento com condições económicas mais apertadas. A abertura de novos espaços continua a ser uma prioridade para uma larga maioria dos grupos inquiridos e mais de metade espera contratar trabalhadores, o que aponta para confiança na procura dos consumidores e na capacidade do setor para continuar a ganhar escala.

Ao mesmo tempo, a pressão sobre as margens referida por muitos inquiridos mostra que o crescimento, por si só, não está a resolver as dificuldades financeiras do setor. Os grupos de restauração podem registar vendas mais elevadas e, ainda assim, obter retornos menores se os custos com mão de obra, alimentos, rendas, energia ou financiamento aumentarem mais depressa do que as receitas. O aumento da utilização de IA no planeamento e nas operações poderá refletir tanto uma tentativa de melhorar a eficiência como de modernizar o negócio.

Como a amostra se limita a 43 grupos organizados, os dados devem ser entendidos como um retrato do segmento da restauração de marca, e não como uma visão completa do setor da restauração em Espanha, que inclui também operadores independentes com estruturas de custos e possibilidades de crescimento diferentes. Ainda assim, dentro deste segmento, o inquérito indica que a expansão continua a ser a principal estratégia para 2027, acompanhada pela contratação e pelo investimento em tecnologia, apesar da menor rentabilidade.