

Barómetro Sobre la Competitividad de la Hostelería Española 2026

Un tercio de los hosteleros españoles prevé abrir nuevos locales este 2026 a pesar de la inflación

El 40,5% señala que el alza de costes es el factor que más ha impactado en su rentabilidad sin bien el sector se muestra resiliente con más de la mitad de los negocios en crecimiento

El Barómetro Sobre la Competitividad de la Hostelería Española 2026, publicado por HIP, analiza el estado actual de la industria explicando sus prioridades estratégicas y avanzando las tendencias que se verán en los próximos meses

Madrid, 12 de marzo de 2026 –. La inflación se consolida como el principal factor que está impactando en la rentabilidad de la hostelería española y ya condiciona sus decisiones. El 40,5% de los profesionales del sector identifica el incremento de los costes operativos como el elemento que más ha incidido en el desarrollo de su negocio, motivo por el que los hosteleros necesitarán reducir gastos, digitalizarse y subir precios en los próximos meses. Sin embargo, la industria se muestra resiliente y en crecimiento con un tercio de los hosteleros decididos a abrir nuevos locales este 2026. A su vez, la escasez de talento cualificado se alza como el mayor reto para este ejercicio.

Estos resultados forman parte del **Barómetro Sobre la Competitividad de la Hostelería Española 2026**, elaborado por **HIP – Horeca Profesional Expo**, la mayor feria en Europa sobre soluciones para el sector, a partir de la opinión de sus asistentes en la última edición. Con él, se muestra una radiografía de la hostelería actual, desgranando sus prioridades y retos estratégicos al tiempo que avanza las tendencias que se verán este año.

La inflación como principal impacto en la rentabilidad

La cuestión que está determinando el rumbo de las empresas hosteleras es la inflación. Cuatro de cada diez hosteleros la identifican como el factor que más ha condicionado en su rentabilidad en el último año, muy por delante de los cambios en el comportamiento del consumidor (18,7%), la dificultad para retener personal (16,5%) y la fiscalidad y regulaciones (14,6%).

Para hacer frente a esta presión, el 44,8% apostará por reducir costes operativos, el 36,2% por impulsar la digitalización y el 34% por subir precios a los clientes. De este modo, la gestión eficiente se convierte en la principal palanca de adaptación en un entorno exigente en el que la continuidad del negocio pasa por su administración estratégica.

El sector confía en su crecimiento

Incluso en el marco en el que se está navegando, el sector mantiene una dinámica positiva. El 55,2% de los negocios se define en crecimiento, el 27,2% en estabilidad y solo el 6,3% en retroceso. Además, el 86,2% considera que su compañía es actualmente rentable.

HIP es un evento de:

En esta realidad optimista, la apertura de nuevos locales durante 2026 figura entre los planes de cerca de un tercio de los hosteleros, concretamente del 33,2%. De este total, un 54% considera la puesta en marcha de establecimientos en la misma ciudad o área, el 25% en otras ciudades o regiones de España y el 21% a nivel internacional.

Pero para mantener el crecimiento competitivo los profesionales están poniendo el foco en mejorar la rentabilidad, señalada como prioridad por el 35,8% de ellos, seguida de innovar en producto o servicio (19,4%) y potenciar la experiencia del cliente (17,2%). Por lo tanto, hoy en día evolucionar no implica necesariamente tener más espacios físicos, sino disponer de conceptos sólidos y diferenciales, que se afiancen en el mercado.

Los conceptos que están teniendo más desempeño, de acuerdo con lo que han comentado los expertos en HIP 2026, son los que apuestan por una especialización extrema. La orientación hacia el monoproducción está permitiendo agilizar procesos y controlar mejor los costes, impulsando la optimización de la gestión interna. Erika Silva, directora del Hospitality 4.0 Congress, el mayor foro mundial de tendencias HORECA que alberga HIP, destaca: *“tartas de queso, tortillas o dumplings son ejemplos de cómo la simplificación operativa, combinada con un storytelling de marca, permite escalar con menos fricción y mayor control del negocio.”*

Talento, el gran reto de 2026

Pese a no ocupar el primer puesto entre los aspectos que condicionan la viabilidad económica, el talento sigue siendo la asignatura pendiente. En este sentido, el 34% de los hosteleros identifica la falta de equipos cualificados como el gran reto para el sector del año por encima de la rentabilidad y los costes (23,1%). Así, la escasez de mano de obra está siendo el asunto que más está costando de resolver, tal y como también han reivindicado en HIP 2026 conocidos nombres como Joan Roca y Ferran Adrià o directivos de firmas de la talla de Restaurant Brands Europe, Hesperia o Hilton. Todos ellos han coincidido en que, para garantizar la sostenibilidad de los negocios y su excelencia en el servicio, es fundamental contar con plantillas mejor preparadas, más comprometidas y con mayor bienestar.

Otro desafío a considerar, que indican el 7,1% de los hosteleros, es el de lidiar con nuevos actores, como el *retail*, que en los últimos años ha entrado en la restauración ganando conveniencia, precio y previsibilidad.

Cambio de hábitos, experiencias polarizadas y más ‘premiumización’

El 82,9% de los hosteleros afirma haber detectado un cambio en los hábitos de los consumidores. En este nuevo escenario, la principal demanda del cliente es una mejor relación calidad-precio (63,8%), pero a muy poca distancia le sigue la búsqueda de experiencias distintas (48,1%).

Por ello, los negocios HORECA están optando por crear recuerdos memorables – haciendo hincapié en la sala, el equipo, la oferta gastronómica, el diseño, las redes sociales e incluso el *packaging* – a fin de diferenciarse y conectar con su público objetivo. Se constata una polarización en las experiencias dependiendo del *target*. Por una parte, los más jóvenes – generación Z – conectan mejor con propuestas maximalistas, visuales y estimulantes, mientras que los *millennials* se sienten más atraídos por el minimalismo y el lujo silencioso.

HIP es un evento de:

A su vez, para responder a las expectativas de los consumidores se registra una ‘premiumización’ de lo cotidiano, reinterpretando y elevando categorías conocidas a través del producto, la técnica, el relato o el propósito. *“Del restaurante chino tradicional al buffet asiático, de la hamburguesa estándar al culto por la smash, de la ensalada genérica al bowl funcional o de la pasta clásica a la experiencia en rueda de parmesano. El consumidor entiende el producto, pero acepta pagar más cuando percibe valor añadido real”*, explica Silva.

Paralelamente, se identifica un creciente interés por la rapidez y comodidad – con formatos *to go*, *delivery* y a la hora de reservar y pagar – (31%) y por las opciones saludables y funcionales (27,6%), con un consumidor que elige qué come según su finalidad más allá del placer.

Marca y digitalización como ejes de competitividad

La construcción de marca adquiere un papel central en un escenario competitivo y saturado como el actual. De este modo lo apuntan los hosteleros, un 47% de los cuales consideran la marca esencial para diferenciarse mientras que el 34% lo valora como importante en el éxito del negocio. Por ello, la tendencia se basa en el diseño de experiencias bajo marcas genuinas.

En paralelo, la integración tecnológica avanza de forma progresiva. El 61,6% sitúa su negocio en un nivel medio de digitalización y apenas el 20,2% se considera muy avanzado. Entre quienes planean invertir en tecnología, la IA para el análisis de datos es la principal apuesta (44,8%), seguida de herramientas de gestión automatizada de stock o compras (29,5%), y sistemas CRM/programas de fidelización (28,7%).

Así, se demuestra que la industria busca una digitalización que apoye en la toma de decisiones, optimización de procesos y en la elevación y personalización de las experiencias. Desde el lado del consumidor, los especialistas en HIP 2026 han señalado la propensión hacia la tecnología sin fricción, que ayuda a eliminar barreras con reservas fáciles, pagos rápidos y más sensación de fluidez.

Conclusiones

El Barómetro Sobre la Competitividad de la Hostelería Española 2026 dibuja así un sector en crecimiento pero que, si quiere continuar siendo rentable, tiene que focalizarse en la gestión de los costes y del talento a la vez que debe de desarrollar experiencias y marcas auténticas, claves para fidelizar al consumidor actual. En este camino, la tecnología tiene un papel relevante a fin de maximizar los recursos, mejorar la eficiencia operativa, dotar de más valor al equipo y perfeccionar las vivencias.

Metodología: El Barómetro Sobre la Competitividad de la Hostelería Española 2026 se ha elaborado a partir de un cuestionario estructurado realizado a 268 profesionales del sector HORECA asistentes a la última edición de HIP, del 16 al 18 de febrero. La muestra incluye perfiles directivos, propietarios, responsables de gestión de negocios/áreas operativas y profesionales de todos los segmentos de la industria: hotelero y otras categorías de alojamiento, restauración, bar, cafetería, *delivery* y *take away*, colectividad, y ocio. La base analizada permite ofrecer una visión representativa sobre la situación actual de la hostelería, sus prioridades y los retos que afrontará este 2026.

HIP es un evento de:



HIP – Horeca Professional Expo (1-3 de marzo de 2027, IFEMA MADRID): es la mayor feria en Europa de soluciones para la hostelería que reúne cada año en Madrid las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio con las que mejorar la competitividad de la industria. Además, en el marco de HIP se celebra el congreso Hospitality 4.0 Congress, con 10 auditorios, más de 35 summits y más de 700 ponentes con una agenda específica para cada profesional con las últimas innovaciones para cada segmento del sector.

HIP es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS