vinetur

# El ocio resiste en los pubs británicos pese a beber menos

Las visitas duran más, el gasto se mantiene y la ocupación sube, pero el volumen de bebidas cae 2,1% en abril

miércoles 20 de mayo de 2026



Nuevos datos publicados por The Oxford Partnership muestran que las visitas más largas y un gasto por persona elevado ayudan a sostener la actividad en el canal on-trade en el Reino Unido, aunque el volumen de bebidas sigue bajo presión.

Las cifras de abril del informe Market Watch del grupo sitúan la ocupación en el 65,5%, un avance de 3,4 puntos interanuales. El tiempo medio de estancia subió 11 minutos y llegó a 157 minutos. El gasto medio por cliente se mantuvo en £26,89, en línea con el nivel récord registrado en marzo.

Pese a ello, el volumen total de bebidas cayó un 2,1% interanual en abril y el ritmo de venta bajó un 0,8%. El informe interpreta estos datos como una separación cada vez mayor entre la participación del consumidor en los locales y la intensidad con la que bebe.

La lectura que hace The Oxford Partnership es que los clientes siguen valorando las salidas sociales y la hostelería, pero moderan más el consumo de alcohol mientras pasan más tiempo en los establecimientos. La empresa añade que la comida y las ocasiones centradas en la experiencia ganan peso dentro de las visitas, en un momento en que los operadores lidian con mayores costes y una confianza del consumidor más débil.

Los datos por categorías también apuntan a cambios en los hábitos de consumo. La stout fue una de las familias con mejor evolución, con un alza del 7,6%, mientras que la world lager subió un 3,5%. En cambio, las lagers más tradicionales siguieron perdiendo terreno: la core lager bajó un 6% y la world 4 lager retrocedió un 6,7%.

La consejera delegada de The Oxford Partnership, Alison Jordan, señaló que los consumidores siguen reservando tiempo para la hostelería y que las ocasiones sociales mantienen su peso, pero que su comportamiento dentro de los locales cambia. Añadió que las personas permanecen más tiempo, los locales siguen llenos y el gasto se mantiene, aunque eso no implica automáticamente mejores resultados para los operadores.

El informe apunta ahora a que el sector confía en que el buen tiempo y los grandes eventos del verano ayuden a convertir ese interés por salir en una mejora del volumen de bebidas en los próximos meses.