vinetur

Mitchells & Butlers eleva ventas y gana 181 millones pese a la presión de costes

La cadena británica mejora un 3,3% sus comparables y refuerza su inversión en locales clave

viernes 29 de mayo de 2026



Mitchells & Butlers, uno de los mayores grupos de pubs y restaurantes del Reino Unido, cerró las 28 semanas terminadas el 11 de abril con un aumento de las ventas comparables del 3,3% y un beneficio operativo ajustado de 181 millones de libras. La compañía informó además de una subida del 2,4% en las ventas comparables de bebidas, un dato que apunta a una mejora del consumo en sus locales pese a la presión sobre los costes.

El grupo, dueño de enseñas como All Bar One, Toby Carvery y Harvester, explicó que el avance de la facturación se apoyó en una combinación de mayor afluencia y ajustes de precios. La empresa señaló que el comportamiento fue mejor en varias categorías de bebida, con especial peso de la cerveza, los espirituosos y los refrescos servidos en sala.

Mitchells & Butlers opera sobre todo en el canal on-trade, es decir, el consumo realizado en bares y restaurantes. Por eso sus resultados sirven como referencia para medir la evolución del gasto fuera del hogar en el mercado británico. La compañía indicó que el semestre estuvo marcado por un entorno todavía exigente para el sector, con costes laborales y energéticos elevados, aunque logró mantener la rentabilidad operativa.

La empresa también comunicó que siguió invirtiendo en reformas y mejoras en su red de establecimientos. Ese gasto se centró en locales con mayor potencial comercial y formó parte de su estrategia para sostener las ventas en un mercado muy sensible al precio y al nivel de renta disponible de los clientes.

En su comunicación al mercado, Mitchells & Butlers subrayó que la demanda se mantuvo firme en fechas clave del periodo, con buen comportamiento en fines de semana y campañas estacionales. La compañía añadió que la evolución del semestre le permite mantener sus planes de inversión y gestión del negocio para la segunda mitad del ejercicio.

El dato sobre bebidas resulta especialmente relevante para el sector hostelero porque confirma que parte del consumo sigue concentrándose en productos servidos en barra y mesa, incluso cuando los hogares ajustan otros gastos. Para los operadores británicos, esa tendencia ayuda a compensar márgenes más estrechos por el

encarecimiento de suministros y salarios.