vinetur

La sidra dispara las ventas en los pubs británicos durante el puente festivo

El consumo sube 11,5% y la estancia media alcanza 154 minutos en un fin de semana largo de clima cálido

miércoles 3 de junio de 2026

Los pubs del Reino Unido vendieron 28,2 millones de pintas durante el puente festivo de primavera, celebrado entre el 22 y el 25 de mayo, según datos de Oxford Partnership y BevMetrics/Vianet. La cifra supone un aumento del 11,5% frente a las 25,3 millones registradas en el mismo periodo de 2025.

El volumen medio fue de unas 860 pintas por pub, con unos ingresos medios de 4.449 libras por local. La estancia media de los clientes subió hasta 154 minutos, diez más que un año antes, y la ocupación media llegó al 65,8%. Los datos apuntan a que muchos consumidores aprovecharon el fin de semana largo para pasar más tiempo en los bares y repartir sus visitas a lo largo de los cuatro días.

El lunes festivo fue la jornada con mayor mejora en ocupación, con seis puntos más que en 2025. Ese dato sugiere que la actividad no se concentró solo en el sábado, sino que se extendió mejor durante todo el puente. Los locales del centro de las ciudades siguieron siendo los más concurridos, con una ocupación del 70,6%.

En las zonas rurales también hubo una mejora. La ocupación subió tres puntos interanuales, impulsada por visitas ligadas al ocio y a salidas fuera del núcleo urbano. El comportamiento del consumidor cambió además con el tiempo más cálido y favoreció algunas categorías frente a otras.

La sidra fue la bebida que más creció, con un alza del 42,7% interanual. La cerveza lager internacional o world lager avanzó un 26,4%, mientras que la lager total subió un 17,2%. Dentro de ese segmento, la premium lager aumentó un 16,2% y la premium 4% un 14,4%, lo que confirma la demanda por marcas de perfil premium y reconocidas fuera del mercado británico.

En cambio, la ale cayó un 8,8% y la stout retrocedió un 16,4%. El descenso de estas dos categorías refleja un cambio de consumo ligado a las temperaturas más altas y a una preferencia mayor por bebidas más ligeras durante este tipo de escapadas festivas.

La consejera delegada de Oxford Partnership, Alison Jordan, señaló que el puente mostró cómo el clima, las reuniones sociales y los hábitos del consumidor están marcando el rendimiento del canal on-trade. Añadió que no solo importa el aumento del volumen vendido, sino también el mayor tiempo que los clientes pasan en los locales y la forma en que distribuyen sus visitas durante todo el fin de semana.