vinetur

El Mundial dispara un 77% las ventas de cerveza de grifo en Reino Unido

El calor reforzó el tirón en pubs y bares incluso sin promoción activa de los partidos

viernes 26 de junio de 2026



El segundo partido de Inglaterra en la fase de grupos del Mundial de 2026, unido a la ola de calor en Reino Unido, elevó con fuerza las ventas de cerveza y sidra de grifo en pubs y bares del país. El análisis Market Watch de The Oxford Partnership, elaborado

con datos de volumen de Beverage Metrics de Vianet, cifra el aumento en un 77% frente a un martes habitual.

La subida se produjo este martes, 23 de junio, día en que Inglaterra empató sin goles con Ghana. Pese al resultado, los locales británicos vendieron 5,4 millones de pintas de cerveza y sidra de grifo a lo largo de la jornada, con una media de 170 pintas por establecimiento. Esa actividad supuso unos ingresos aproximados de 935 libras por pub solo en producto de grifo.

The Oxford Partnership calcula que esa cifra equivale a 74 pintas más por local que la media de un martes de junio de 2025. El dato tiene peso añadido porque el encuentro se jugó en martes por la tarde-noche, una franja que suele dar menos negocio a los operadores del canal hostelero.

En Inglaterra, los pubs vendieron una media de 173,8 pintas por establecimiento. Escocia y Gales también registraron avances, a medida que el interés por el torneo se extendía por todo Reino Unido. Londres fue la zona con mayor ritmo de venta, con 232 pintas por local, mientras que el este de Inglaterra anotó el mayor salto relativo, con un alza cercana al 99% sobre un martes normal.

El estudio recoge además que todas las regiones inglesas mejoraron al menos un 67%. En los establecimientos que emitieron deporte en directo, la afluencia media durante el partido fue más del doble que la de una tarde-noche habitual de martes en junio.

La lager fue la categoría con mayor tirón entre las principales referencias, con un avance interanual del 98,3%. Dentro de ese grupo, la lager internacional subió un 136,1%, y la sidra avanzó un 121,2%, impulsada por la búsqueda de bebidas frías durante las altas temperaturas. Marcas como Asahi Super Dry, Cruzcampo, Estrella Damm y Stella Artois registraron aumentos de tres dígitos.

El calor también empujó las ventas fuera del efecto directo del fútbol. The Oxford Partnership señala que los locales que no promocionaban activamente los partidos del Mundial vendieron un 46,1% más que en un martes típico de junio. Para los analistas, ese dato apunta a que las condiciones meteorológicas aportaron un impulso adicional al negocio.

Ese reparto no fue uniforme. Los establecimientos urbanos y suburbanos lograron las mayores subidas, con avances del 53,3% y del 50%, respectivamente. En cambio, los locales situados en centros urbanos solo mejoraron un 18,6%. La firma interpreta que, durante episodios de calor intenso, muchos consumidores optan por salir cerca de casa en lugar de desplazarse al centro.

La consejera delegada de The Oxford Partnership, Alison Jordan, afirma que la trayectoria de Inglaterra en el Mundial sigue aportando negocio al consumo fuera del hogar y que la combinación entre fútbol y temperaturas altas está llevando clientes a pubs y bares de todo Reino Unido. Jordan añade que los datos muestran la importancia que siguen teniendo las grandes citas deportivas para generar tráfico, ventas e interacción en hostelería.

Para el sector de bebidas, estos picos sirven como referencia para ajustar producción, turnos y existencias en el canal hostelero. También refuerzan la idea de que el tiempo y el calendario deportivo pueden alterar en pocas horas la demanda de cerveza de grifo y otras bebidas servidas en barra.