vinetur

Young’s acelera sus ingresos un 9,4% impulsada por el verano del deporte

El buen tiempo, Wimbledon y la compra de ocho pubs refuerzan sus ventas pese a la presión de costes

viernes 10 de julio de 2026

Young’s, grupo británico de pubs y hoteles centrado en Londres y el sureste de Inglaterra, elevó sus ingresos un 9,4% en las primeras 14 semanas de su nuevo ejercicio fiscal, según los resultados difundidos esta semana y recogidos por The Drinks Business. La empresa atribuye esa mejora al buen tiempo, al tirón del calendario deportivo del verano y a la incorporación de nuevos locales tras la compra de ocho gastropubs y pubs con habitaciones a Cubitt House London Pubs.

El consejero delegado de Young’s, Simon Dodd, explicó que el arranque del ejercicio ha sido positivo y lo vinculó a varios factores al mismo tiempo. Entre ellos citó la meteorología favorable, el seguimiento de la selección inglesa en el Mundial y la aportación de los establecimientos adquiridos, que la compañía está integrando en su red. La operación amplía su presencia en la capital británica y refuerza una cartera basada en pubs con oferta gastronómica y alojamiento.

La evolución del negocio llega en un momento complejo para la hostelería británica, con presión sobre los márgenes por el aumento de los gastos laborales y otros costes operativos. Aun así, Young’s ha logrado mejorar ventas en un periodo en el que parte del sector sigue mostrando señales de debilidad. Para la firma de inversión Wealth Club, estos datos suponen una señal positiva dentro de un mercado que no atraviesa una etapa sencilla.

Susannah Streeter, directora de estrategia de inversión de Wealth Club, señaló a The Drinks Business que la cadena se ha beneficiado del “verano del deporte”, capaz de atraer más clientes a sus locales. También indicó que la ampliación de horarios por las licencias especiales para algunos partidos nocturnos permitió a varios pubs permanecer abiertos durante más tiempo y atender a los aficionados que seguían los encuentros.

La empresa también comunicó un aumento de la afluencia ligado al Mundial de fútbol. El avance de Inglaterra en el torneo ayudó a elevar el paso de clientes por sus establecimientos, según la compañía. A eso se sumó el efecto comercial de Wimbledon, ya que Young’s opera varios pubs cerca del área donde se celebra el campeonato. Esa cercanía favoreció el movimiento de público durante las jornadas del torneo.

Otro elemento que ha apoyado las ventas ha sido el perfil de parte de sus locales. Streeter apuntó que los gastropubs y las habitaciones boutique situadas en zonas con jardines o junto al río han resultado atractivos tanto para residentes como para visitantes durante la ola de calor. Esa combinación entre restauración, bebida y alojamiento permite a la empresa trabajar con precios más altos en algunos segmentos para compensar el aumento de gastos.

La compra reciente a Cubitt House London Pubs encaja en esa estrategia. Los ocho establecimientos adquiridos aportan más capacidad en Londres y refuerzan una oferta orientada a un consumidor dispuesto a gastar más en experiencias completas dentro del pub tradicional británico. En un negocio donde la venta de cerveza, vino y espirituosos depende mucho del tráfico en sala y del tiempo medio de estancia, este tipo de operaciones puede tener efecto sobre los pedidos a proveedores y sobre la mezcla de bebidas vendidas.

Los resultados de Young’s interesan al sector de bebidas porque ofrecen una referencia sobre el consumo fuera del hogar en Reino Unido. Si el deporte televisado, el buen tiempo y los horarios ampliados siguen empujando la asistencia a pubs, productores y distribuidores de cerveza, vino y licores podrían encontrar un apoyo adicional en uno de sus principales canales de venta. También muestra cómo las adquisiciones con habitaciones pueden ampliar ocasiones de consumo más allá del servicio habitual de

barra.

Pese a esta mejora, la compañía no llega a este tramo del año sin episodios incómodos para su imagen. En los últimos meses recibió críticas públicas por dos asuntos distintos: el escritor y experto cervecero Roger Protz dijo que dejaría de beber cervezas de Young’s tras nuevos cambios en la producción, y la humorista Shappi Khorsandi censuró a uno de sus pubs por intentar controlar la forma de vestir de las mujeres. Ninguno de esos casos ha impedido, por ahora, que el grupo presente una evolución comercial al alza.

Dodd afirmó que, aunque el entorno sigue siendo difícil para la hostelería, Young’s se considera bien situada para el resto del ejercicio. La empresa confía en mantener esa línea tras un inicio apoyado por factores estacionales, deportivos y corporativos que han dado aire a sus cuentas en uno de los periodos más observados por el mercado británico del ocio y las bebidas.