vinetur

Los pubs británicos facturarán más pese al cierre continuado de locales

El mercado alcanzará 24.700 millones de libras con un alza del 2% en un entorno de costes crecientes

miércoles 29 de julio de 2026



El mercado británico de pubs y bares alcanzará los 24.700 millones de libras en 2026, un 2% más, pese a la reducción del número de locales y a la presión que soportan las empresas por el alza de varios gastos. Así lo recoge el informe UK Pub & Bar Market

Report 2026 de Lumina, que prevé además un nuevo ajuste de la red comercial del sector.

La consultora calcula que el número de establecimientos caerá un 0,9% hasta 41.171 locales en 2026. Esa bajada equivale a unas siete clausuras netas por semana. El informe sitúa al sector por debajo de la evolución del conjunto del mercado de restauración fuera del hogar y atribuye buena parte del avance en valor a los precios y a ocasiones de consumo de mayor importe, más que a una expansión del parque de pubs.

Lumina sostiene que ese aumento de facturación oculta un mercado frágil. Entre las presiones que cita figuran los gastos laborales, los impuestos locales sobre inmuebles empresariales, la energía, los gravámenes sobre bebidas alcohólicas y un consumo prudente por parte de los clientes.

En ese escenario, muchas compañías están reorganizando sus carteras con funciones más definidas para cada local. Lumina observa una segmentación mayor entre pubs centrados en comida, deporte, comunidad, alojamiento o experiencias. También aprecia un giro hacia modelos con menos exposición operativa directa, como franquicias, acuerdos con operadores y fórmulas de colaboración entre pubcos y gestores.

La consultora señala que las grandes empresas del sector están dejando atrás las estrategias basadas en ganar tamaño por volumen y priorizan ahora la calidad de la cartera, la inversión selectiva y un mejor rendimiento por establecimiento. En conjunto, prevé que las principales pubcos reduzcan sus redes un 0,8% en 2026, con más peso de ventas de activos, conversiones y reformas que de aperturas amplias.

Aun así, Lumina aprecia crecimiento selectivo entre grupos con mayor capacidad financiera, que están utilizando compras, formatos ligados a la comunidad y pubs con habitaciones para reforzar sus carteras. En paralelo, varios operadores están ampliando propuestas vinculadas al ocio y a usos mixtos para atraer visitas más planificadas.

El informe también detecta señales de resistencia entre los consumidores habituales. La penetración de pubs y bares bajó un 0,4% hasta el 11,1%, pero la frecuencia de visita subió un 0,8% y el gasto medio avanzó un 1,1%. El impulso procede sobre todo del grupo de 25 a 44 años, de consumidores con mayor renta y de ubicaciones urbanas.

Por tipo de ocasión, las visitas centradas en bebida aumentaron un 1,6%, mientras se debilitaron las salidas para almuerzo y cena. Lumina afirma que las visitas al pub son cada vez más intencionadas y ligadas a una ocasión concreta. Socializar sigue siendo el principal motivo para acudir a estos locales y avanzó un 0,6% hasta el 44,1%. También subieron las ocasiones de capricho y las visitas en solitario.

La calidad se mantiene como la prioridad principal para el cliente. Ese factor ganó 1,5 puntos porcentuales hasta el 77,6%. La conciencia sobre salud registró el mayor avance, con una subida de 1,8 puntos hasta el 46,3%. A juicio de Lumina, esa combinación abre espacio para consumiciones premium, una oferta más amplia de bebidas sin alcohol o de baja graduación, bebidas funcionales y acuerdos flexibles en restauración.

Ese cambio tiene efectos potenciales directos para el negocio de bebidas. Para cerveceras, bodegas y firmas de espirituosos puede influir en la planificación comercial y del suministro en el canal hostelero británico, porque el crecimiento depende menos del número de locales y más del gasto por visita, del tipo de ocasión y del valor añadido de cada consumición.

Entre las vías que están utilizando algunos operadores figuran el deporte en directo, los eventos comunitarios, el ocio social competitivo, el alojamiento, el alquiler privado y los espacios multiuso. En varios casos también aparecen formatos como autoservicio de vino o propuestas inmersivas para dar al cliente más motivos para acudir al local más allá del consumo tradicional de comida y bebida.

Lumina prevé que el mercado llegue a 25.700 millones de libras en 2029. Pese a ello, espera que el crecimiento anual siga siendo moderado y que continúe la contracción del número total de establecimientos. La consultora considera que la evolución futura dependerá menos de una recuperación general del mercado y más de la capacidad de

cada operador para elevar el gasto por visita y mejorar la productividad por local.

En esa línea, añade que las empresas que trabajen con datos, formatos más claros, experiencias ligadas a la comunidad y políticas de precios mejor afinadas estarán en mejor posición para proteger sus márgenes en los próximos años.