vinetur

El gasto por cliente en pubs británicos alcanza su máximo anual por el tirón de la comida

La cerveza de barril cae un 3% en volumen pese al mayor desembolso en los locales

lunes 21 de septiembre de 2026



El gasto medio por cliente en pubs y otros locales del consumo fuera del hogar en Reino Unido alcanzó en agosto su nivel más alto de 2026, pese a que las ventas de cerveza de barril bajaron en volumen. Los consumidores gastaron una media de 27,08

libras por persona, un 4% más que en agosto de 2025, según los últimos datos de Market Watch elaborados por Oxford Partnership.

El estudio recoge además que los clientes permanecieron más tiempo en los locales. La estancia media subió 13 minutos en comparación con el mismo mes del año pasado, hasta 154 minutos. También aumentó la ocupación media, que se situó en el 66,23%, 4,24 puntos porcentuales por encima del dato de agosto de 2025.

La comida fue el motor principal del aumento del gasto. El desembolso medio en ese apartado avanzó un 5,4% interanual, hasta 32,58 libras por persona. En bebidas también hubo alza, aunque más moderada: el gasto medio subió un 2,1%, hasta 21,23 libras por cliente.

Ese mayor desembolso, junto con una permanencia más larga y locales más concurridos, no se tradujo en más ventas de cerveza de barril. Oxford Partnership señala que el volumen total de barril cayó un 3% frente a agosto del año anterior, mientras que la tasa de venta, o rate of sale (RoS), retrocedió un 1,7%. El dato supone un giro frente al fuerte avance registrado en julio durante el Mundial.

A más largo plazo, la evolución fue más estable. En el acumulado anual móvil, la tasa de venta del mercado se mantuvo en el 0%. En lo que va de año, el volumen total estaba un 0,8% por debajo del nivel de 2025, mientras que el RoS avanzaba un 0,5%.

El comportamiento no fue igual en todas las categorías. La stout encabezó el avance, con una subida del 6,4% en la tasa de venta. Le siguieron la sidra, con un 4,7%, y la lager internacional, con un 4,4%. En el lado contrario, la lager principal del mercado cayó un 4,4% y la ale bajó un 3,9%.

La consejera delegada de Oxford Partnership, Alison Jordan, afirma que agosto ofrece una señal útil sobre la salud de fondo del consumo fuera del hogar. A su juicio, el impulso excepcional en bebidas que dejó el Mundial se ha atenuado, pero los consumidores no han dejado de salir. Jordan añade que los clientes pasan más tiempo en los locales, que los establecimientos registran mayor actividad y que el gasto ha marcado un nuevo máximo del año.

La lectura para el sector de bebidas va más allá del dato mensual. La distancia entre un mayor gasto por persona y una caída del volumen de barril puede empujar a pubs, cerveceras y distribuidores a revisar precios, surtido y promociones. Para las empresas del canal hostelero, el patrón apunta a un cliente que alarga la visita y gasta más, pero no necesariamente consume más pintas, lo que puede favorecer una mezcla de ventas con más peso de la comida, de referencias de mayor valor añadido o de categorías que están funcionando mejor que la lager principal.

Jordan sostiene que la cuestión para operadores y proveedores ya no pasa solo por atraer público al local, sino por obtener más valor comercial de cada visita, ya sea a través de la comida, las bebidas o la experiencia completa del establecimiento.