vinetur

La estrategia de una gran cadena de pubs británica para ganar más con menos locales

Una importante cadena de pubs británica deja más locales en manos de operadores para ganar rentabilidad

miércoles 23 de septiembre de 2026



El grupo británico de pubs Stonegate cerró las 40 semanas hasta el 5 de julio con unos ingresos de 1.160 millones de libras, frente a los 1.260 millones del mismo periodo del año anterior. La empresa comunicó este martes, 22 de septiembre, que ese descenso

responde a la salida de locales de su red gestionada dentro de su plan de transformación.

Pese a esa bajada de facturación, el beneficio operativo subió hasta 245 millones de libras, por encima de los 228 millones del ejercicio previo. La pérdida antes de impuestos se redujo a 53 millones, frente a 73 millones, y la pérdida después de impuestos bajó de 55 millones a 40 millones.

El consejero delegado, David McDowall, afirmó que el tercer trimestre volvió a dejar un avance del beneficio y sostuvo que la estrategia de transformación “está funcionando”. También señaló que el grupo sigue en camino de cerrar un año con una mejora relevante del beneficio.

McDowall atribuyó buena parte de esa evolución a los negocios de colaboración con operadores, entre ellos Stonegate Pub Partners y Craft Union. A su juicio, cuando el grupo da más peso al operador adecuado para responder a la demanda de su zona, el pub mejora su resultado.

Las cifras por divisiones apoyan esa lectura. Stonegate informó de que su red de pubs arrendados y alquilados a operadores elevó el beneficio un 5,7% respecto al mismo periodo del año anterior. En Craft Union, el aumento fue del 15,2%. En cambio, la red gestionada registró una caída del 1,2%.

La compañía ha convertido 147 pubs gestionados a formatos de colaboración con operadores en lo que va de año. McDowall aseguró que esta política ha acelerado la transformación del grupo y ha ayudado a configurar una red “más ágil y resistente”. A principios de septiembre, Stonegate ya había comunicado que había identificado otros 100 pubs para su traslado al negocio Pub Partners.

Durante el periodo, Stonegate invirtió 95 millones de libras en expansión, conversiones y mantenimiento, por debajo de los 115 millones del año anterior. Además, vendió 123 locales en explotación y nueve parcelas de suelo, y cerró cinco operaciones de venta con arrendamiento posterior sobre locales en funcionamiento. Con ese conjunto de desinversiones obtuvo unos ingresos netos de 56 millones de libras.

Los resultados llegan después de que este lunes, 21 de septiembre, se publicaran informaciones sobre conversaciones entre la división de pubs de Heineken y Stonegate para la compra de unos 300 establecimientos en una operación valorada en torno a 300 millones de libras. La propia Stonegate ya había señalado en fechas anteriores que no había tomado una decisión sobre su cartera Platinum y que estudiaba varias vías, entre ellas una refinanciación, una venta parcial o una venta completa.

El grupo también está siendo investigado por el Pubs Code Adjudicator por dudas sobre partes de su red de pubs arrendados y alquilados. El regulador no ha alcanzado por ahora ninguna conclusión.

La evolución de Stonegate tiene interés para el negocio de bebidas porque su red de pubs es una referencia del consumo en hostelería en Reino Unido. Los cambios en el peso de los locales gestionados frente a los operados por socios pueden modificar la demanda de cerveza, vino y espirituosos, así como las condiciones de compra y el poder de negociación con fabricantes y distribuidores.