vinetur

La cerveza vuelve a crecer en pubs británicos tras el bache del verano

Con avances del 8,4% y del 5,7%, por encima del total de bebidas

lunes 28 de septiembre de 2026



Las ventas de cerveza en los pubs y bares gestionados de Gran Bretaña encadenaron dos semanas al alza al inicio de septiembre, aunque con menos fuerza en la segunda. El indicador de NIQ sitúa el avance interanual en el 8,4% en la semana terminada el pasado 5 de septiembre y en el 5,7% en la finalizada el pasado 12 de septiembre. Entre una y otra, la mejora perdió 2,7 puntos porcentuales, pero siguió en terreno positivo.

Los datos apuntan a un respiro para la cerveza dentro del canal hostelero después de un agosto débil. La evolución de la categoría fue además mejor que la del conjunto de bebidas en esos mismos periodos. NIQ calcula que las ventas medias de todas las bebidas en establecimientos gestionados subieron un 7,6% en la semana terminada el pasado 5 de septiembre y un 2,5% en la siguiente, hasta el pasado 12 de septiembre.

La comparación con agosto ayuda a medir el cambio. En la semana terminada el 29 de agosto, las ventas totales de bebidas habían caído un 9,7% respecto al mismo tramo de 2025. Era la sexta semana seguida con saldo negativo desde el final del Mundial de fútbol a mediados de julio, un torneo que, según la firma de medición, había empujado el gasto de los consumidores en pubs y bares. NIQ atribuye la mejora de principios de septiembre a una combinación de buen tiempo y del fin de semana festivo de agosto, mientras que el mal dato previo se relacionó con olas de calor, menor afluencia al canal hostelero y un gasto más vigilado por parte de los clientes.

Dentro del detalle por categorías, la cerveza fue una de las referencias con mejor comportamiento en la primera quincena de septiembre, aunque no la que más subió. La sidra avanzó un 13,3% en la semana terminada el pasado 5 de septiembre y un 7,3% en la del pasado 12 de septiembre. Los refrescos también registraron una mejora clara, con un 11,9% y un 4,6%, respectivamente. En cambio, el vino pasó de un alza del 2,9% a una caída del 6,0%, y las bebidas espirituosas fueron de un aumento del 0,8% a un descenso del 16,5%.

NIQ vincula parte del tirón de la cerveza y la sidra al calendario de fútbol de esas fechas, con partidos de la Premier League y de la Liga de Campeones. Ese factor ayudó a las bebidas de consumo largo, una familia en la que la cerveza tuvo un papel central durante las dos primeras semanas del mes.

El seguimiento diario de ventas muestra también varios picos concretos. El 30 de agosto las ventas totales se situaron un 39,3% por encima del mismo día de 2025 y el 31 de agosto llegaron a estar un 59,4% por encima. NIQ matiza que esas comparaciones están influidas por el hecho de que el festivo bancario de verano cayó antes en 2025. Fuera de ese efecto calendario, el pasado 9 de septiembre registró un avance del 15,9% y el pasado 10 de septiembre otro del 8,9%.

La mejora, sin embargo, no se mantuvo en el conjunto del mercado hostelero durante la tercera semana de septiembre. NIQ informa de que las ventas medias totales de bebidas en los siete días terminados el pasado 19 de septiembre quedaron un 2,0% por debajo de la semana equivalente de 2025, en un momento marcado por temperaturas más bajas y lluvias en muchas zonas de Gran Bretaña. La firma no aporta para esa semana un dato separado de cerveza, de modo que no puede darse por hecho que la categoría volviera a bajar.

El alcance del indicador también obliga a leer las cifras con cautela. El Daily Drinks Tracker de NIQ, elaborado con inteligencia de CGA, mide las ventas en locales gestionados con licencia, no en todo el mercado británico. Además, la empresa no facilita importes absolutos, volumen en litros ni desglose por estilos de cerveza, por lo que el análisis se limita a la variación interanual en porcentaje.

Rachel Weller, responsable comercial de NIQ para Reino Unido e Irlanda, afirma que el buen inicio de septiembre supuso un alivio para los operadores hosteleros y para las marcas de cerveza, sidra y refrescos. A su juicio, esa mejora permitió recuperar parte del terreno perdido en agosto. Weller añade que las condiciones seguirán siendo difíciles en el tramo final del año y sitúa el presupuesto del Gobierno británico de octubre como una cita importante para intentar recuperar la confianza de consumidores y empresas de hostelería.