vinetur

Las ventas de destilados se desploman un 16,5% en pubs y bares de Gran Bretaña

La cerveza, la sidra y los refrescos aguantan mejor en los locales gestionados

lunes 28 de septiembre de 2026



Las ventas de destilados en pubs, bares y otros locales gestionados de Gran Bretaña pasaron de un alza interanual del 0,8% a una caída del 16,5% en solo una semana, según el Daily Drinks Tracker de NIQ, elaborado con inteligencia de CGA. El cambio se

produjo entre la semana cerrada el pasado 5 de septiembre y la terminada el pasado 12 de septiembre, lo que supone un giro de 17,3 puntos en siete días.

La serie mide la evolución de las ventas en establecimientos gestionados con licencia, por lo que no refleja por sí sola todo el mercado británico de bebidas. NIQ ofrece la variación porcentual frente a las mismas semanas de 2025, pero no publica importes en libras, volumen vendido ni reparto entre categorías como whisky, vodka, ginebra o ron.

El dato de los destilados contrasta con la mejora del conjunto de bebidas en esos mismos locales al inicio de septiembre. Las ventas medias totales avanzaron un 7,6% en la semana cerrada el pasado 5 de septiembre y un 2,5% en la terminada el pasado 12 de septiembre. Ese repunte llegó después de un agosto difícil para la hostelería.

La comparación por categorías muestra que la primera mitad de septiembre favoreció a las bebidas largas y refrescantes. La cerveza subió un 8,4% y un 5,7% en esas dos semanas. La sidra lo hizo un 13,3% y un 7,3%. Los refrescos avanzaron un 11,9% y un 4,6%. El vino tuvo un comportamiento más irregular, con un alza del 2,9% en la primera semana y un retroceso del 6,0% en la segunda. Dentro de ese cuadro, los destilados fueron la categoría con peor registro en la semana terminada el pasado 12 de septiembre.

NIQ relaciona la mejora de cerveza, sidra y refrescos con un tiempo favorable al inicio de mes y con el tirón de los consumos más ligeros. La compañía también vincula el buen tono de cerveza y sidra al calendario de partidos de la Premier League y la Liga de Campeones, que suelen elevar la afluencia a pubs y bares.

El rebote de septiembre llegó tras varias semanas flojas. En la semana cerrada el 29 de agosto, las ventas medias totales de bebidas en los locales analizados se situaron un 9,7% por debajo de las del mismo periodo de 2025. Fue, según NIQ, la sexta semana seguida en negativo desde el final del Mundial de fútbol a mediados de julio. La firma atribuye parte de esa debilidad al calor extremo, que alejó a parte de la clientela de la hostelería, y a un gasto más vigilado por parte de los consumidores.

El seguimiento diario de NIQ recoge un fuerte impulso en el fin de semana festivo de agosto. Las ventas totales del domingo 30 de agosto y del lunes 31 de agosto se situaron un 39,3% y un 59,4% por encima de las de los mismos días de 2025. La empresa precisa, no obstante, que esa comparación está alterada porque el festivo bancario cayó antes en 2025. También registró avances en mitad de la siguiente semana, con un 15,9% más el pasado 9 de septiembre y un 8,9% más el pasado 10 de septiembre.

Después de ese arranque, la evolución volvió a empeorar. En los siete días cerrados el pasado 19 de septiembre, las ventas medias totales de bebidas en los establecimientos gestionados cayeron un 2,0% frente a la misma semana del año anterior, en paralelo a la llegada de un tiempo más fresco y lluvioso en muchas zonas de Gran Bretaña. NIQ no publicó para esa semana un dato específico de destilados, de modo que la última referencia disponible para esa categoría sigue siendo la caída del 16,5% registrada en la semana terminada el pasado 12 de septiembre.

Rachel Weller, responsable comercial de NIQ para Reino Unido e Irlanda, afirma que el buen inicio de septiembre dio algo de aire a operadores de hostelería y a marcas de cerveza, sidra y refrescos, y permitió recuperar parte del terreno perdido en agosto. Al mismo tiempo, avisa de que el último trimestre del año seguirá siendo complicado y sitúa el presupuesto del Gobierno británico previsto para octubre como una cita importante para la confianza de los consumidores y del sector hostelero.