vinetur

La hostelería británica se estanca en ventas comparables tras cinco meses al alza

La facturación total solo subió por nuevas aperturas, con caídas en bares y comida para llevar

viernes 20 de noviembre de 2026



Las cadenas británicas de restaurantes, pubs, bares y locales de comida para llevar cerraron octubre con una pausa en el avance de sus ventas. El NIQ RSM Hospitality Business Tracker situó en el 0% la variación interanual de las ventas a establecimientos

comparables, de modo que la facturación nominal de los mismos locales quedó al mismo nivel que en octubre de 2025.

El indicador se elabora con datos de ventas comunicados directamente por 122 grupos de hostelería organizada de Gran Bretaña. La lectura de octubre pone fin a cinco meses seguidos con aumentos en términos comparables y marca un cambio claro frente a septiembre, cuando el alza había sido del 2,7%. El paso de un mes a otro supone una pérdida de 2,7 puntos porcentuales.

La evolución fue distinta según el formato. Los restaurantes registraron un incremento del 0,8% y los pubs, del 0,4%, ambos todavía en positivo, aunque con avances limitados. Los bares, en cambio, retrocedieron un 3,1%, mientras que el segmento de consumo para llevar cayó un 7,9%, el peor dato entre las cuatro categorías analizadas.

La foto cambia cuando se incorporan las nuevas aperturas. En ese caso, la facturación total del conjunto de cadenas analizadas aumentó un 3,7% respecto al mismo mes del año anterior. Ese contraste entre ventas comparables y ventas totales indica que la ampliación de red siguió aportando ingresos, aunque los locales con al menos un año de actividad perdieron ritmo.

El seguimiento de NIQ también mostró una diferencia territorial. Dentro del área delimitada por la M25 de Londres, las ventas comparables subieron un 0,7% en octubre. Fuera de esa zona bajaron un 0,3%, lo que dibuja un comportamiento algo mejor en la capital y su entorno inmediato que en el resto de Gran Bretaña.

Este tipo de medición se centra en establecimientos comparables, es decir, negocios que ya operaban en ambos periodos y permiten medir la marcha ordinaria de la demanda sin el efecto de aperturas recientes. Por eso, el estancamiento de octubre tiene un valor especial para el sector: refleja que el aumento de ingresos del conjunto no vino de un mayor gasto en los mismos locales, sino de la entrada de nuevos puntos de venta.

NIQ dio a conocer estos datos este miércoles, 18 de noviembre, dentro de su seguimiento mensual de la hostelería organizada británica. El balance de octubre deja una división clara entre formatos, con restaurantes y pubs todavía en terreno positivo y con bares y locales de comida para llevar en retroceso, al tiempo que las nuevas

aperturas mantuvieron el crecimiento de la facturación total.