vinetur

Los destilados sufren la mayor caída de ventas en bares y pubs británicos

El recorte supera el 20% por un gasto más contenido en hostelería

lunes 23 de noviembre de 2026



Las ventas de bebidas en pubs, bares y otros locales británicos donde se consume en el propio establecimiento arrancaron noviembre con descensos en las principales categorías, y los destilados fueron el grupo más castigado. Así lo recoge un análisis de NielsenIQ publicado el pasado 20 de noviembre, que atribuye esa evolución a un gasto más contenido por parte de los consumidores en hostelería.

Los datos de la consultora sitúan la caída de los destilados en el 23,5% interanual en la semana cerrada el pasado 7 de noviembre. En la semana terminada el pasado 14 de noviembre, el retroceso siguió por encima de una quinta parte y quedó en el 20,9%. Aunque la segunda cifra es menos negativa que la primera, el segmento siguió siendo el más débil de todos los analizados en ambos periodos.

El vino también bajó, pero con menos intensidad. NielsenIQ cifra su descenso en el 11,2% interanual en la semana cerrada el pasado 7 de noviembre y en el 6% en la semana terminada el pasado 14 de noviembre. La cerveza registró una evolución parecida: retrocedió un 6,2% en la primera de esas semanas y un 2,8% en la segunda.

La lectura conjunta de esas cifras muestra presión en todo el negocio de bebidas servidas en sala, no solo en una categoría concreta. Al mismo tiempo, los datos apuntan a una moderación parcial del ritmo de caída en la segunda semana medida, tanto en cerveza como en vino y también en destilados. Aun así, ninguna de las tres categorías logró situarse por encima de los niveles del mismo periodo del año anterior.

NielsenIQ describe el arranque del mes como flojo para la hostelería británica y lo vincula a una actitud prudente del consumidor. En el caso de los destilados, la debilidad fue mayor que en el resto, un comportamiento que puede relacionarse con una menor disposición a pagar por consumiciones de precio más alto, como combinados y chupitos, frente a opciones de menor desembolso.

La evolución llega además en la antesala de la campaña navideña, una fase del año con mucho peso para pubs, bares y restaurantes en Reino Unido. Las reuniones de empresa, cenas de grupo y celebraciones familiares suelen elevar el paso por estos locales y ayudan a sostener la facturación de cerveza, vino y licores. Por eso, un comienzo débil de noviembre aumenta la atención del sector sobre las semanas que quedan hasta final de año.

Para la industria de bebidas, estas cifras pueden influir en la planificación comercial de Navidad. Un consumo más bajo en el canal hostelero antes de diciembre puede llevar a revisar previsiones de ventas, pedidos, niveles de existencias y actividad promocional, con especial atención a los destilados, que fueron la categoría con peor evolución en los dos periodos analizados. También puede afectar a productores y distribuidores que

ajustan sus envíos en función del tirón esperado en bares y pubs.

Los datos de NielsenIQ sugieren, además, que cualquier mejora de la demanda en hostelería está siendo desigual. La cerveza y el vino redujeron la intensidad de sus caídas en la segunda semana observada, mientras que los destilados mejoraron solo de forma limitada y siguieron por debajo del 20% de retroceso interanual. Ese comportamiento deja a los operadores del canal y a sus proveedores pendientes de la respuesta del consumo en la parte final de noviembre y en diciembre, un periodo que suele marcar una parte relevante de los ingresos anuales del negocio de bebidas.