vinetur

El reparto mantiene en positivo el negocio fuera del local en Gran Bretaña

La recogida cae un 7,3% tras 19 meses seguidos en descenso

jueves 26 de noviembre de 2026



Las ventas para recoger o llevar comida fuera del local en las cadenas de restauración de Gran Bretaña bajaron un 7,3% interanual en octubre y acumulan ya 19 meses seguidos en descenso. Al mismo tiempo, las entregas a domicilio subieron un 5,3%, de modo que el negocio fuera del establecimiento siguió avanzando gracias al reparto, no a la recogida. Así lo informó NIQ este jueves, 26 de noviembre, al publicar los datos del

Hospitality at Home Tracker.

El indicador compara octubre de 2026 con octubre de 2025 a perímetro comparable, es decir, sobre una base homogénea de actividad. En ese cálculo, que mide la evolución de los mismos negocios y servicios en ambos periodos, las ventas combinadas de domicilio y recogida crecieron un 1,5%.

Ese dato supone una desaceleración respecto a septiembre, cuando el mismo indicador había aumentado un 2,3%. La diferencia entre ambos meses es de 0,8 puntos. La lectura que deja la serie es clara: el negocio fuera del local sigue en positivo en el agregado, pero pierde ritmo y depende cada vez más del reparto para compensar la debilidad de la recogida.

La divergencia entre canales es amplia. Mientras el domicilio avanzó un 5,3%, la recogida y los pedidos para llevar retrocedieron un 7,3%. Esa distancia ayuda a explicar por qué el resultado conjunto queda tan cerca del estancamiento pese al buen comportamiento del reparto.

NIQ también separa la evolución comparable de las ventas totales registradas por los grupos participantes. Si se incluyen aperturas y nuevos servicios, la facturación del negocio fuera del local aumentó un 10,8%. La distancia entre ese dato y el 1,5% comparable es de 9,3 puntos, una brecha que refleja el peso de la expansión comercial en el crecimiento total.

La firma añade otro elemento para interpretar las cifras. El alza del 1,5% en ventas comparables quedó por debajo del IPC general británico citado por la propia fuente, del 3,6%. Aun así, esa comparación no sirve por sí sola para medir el volumen de productos vendidos, ya que el indicador recoge ventas nominales y no una estimación directa del consumo real.

Los canales analizados por el Hospitality at Home Tracker representan el 21,2% del gasto en los restaurantes que forman parte de la muestra. Ese peso permite tomar el pulso a una parte relevante del negocio de las cadenas participantes, en un momento en el que las empresas siguen obteniendo más tracción del reparto que de la recogida.

Los datos de octubre confirman, por tanto, una separación prolongada entre dos vías de venta que durante los últimos años ganaron presencia en la restauración organizada. El domicilio mantiene el avance del negocio fuera del local, mientras la recogida continúa en negativo y prolonga una racha que ya dura 19 meses.