



INFORME

El mercado de bebidas alcohólicas en EE. UU. en 2024

Fecha de publicación: 19 de junio de 2025

Sección 1: Resumen ejecutivo y panorama del mercado en 2024

1.1 La narrativa de 2024: un mercado en recalibración

El año 2024 no representó una simple recesión para el mercado de bebidas alcohólicas de Estados Unidos, sino un "año de reajuste" fundamental.¹ El sector se enfrentó a una paradoja definitoria: mientras el gasto total de los consumidores en alcohol aumentó, el volumen de consumo total disminuyó, lo que indica una profunda transformación en los patrones de compra.² Este periodo se caracterizó por vientos en contra persistentes, como las presiones económicas, una inflación elevada y un cambio en las actitudes de los consumidores, lo que creó un panorama desafiante para la mayoría de las categorías.² El resultado es un mercado recalibrado, que se aleja de las normas establecidas y se adentra en un nuevo paradigma definido por la moderación, la conveniencia y una premiumización altamente selectiva.

1.2 Contexto macroeconómico y rendimiento general

El gasto de los consumidores en bebidas alcohólicas alcanzó los 408.800 millones de \$ en 2024, lo que supone un incremento del 3,2 % en los canales de consumo tanto en el local (on-premise) como fuera de él (off-premise).² Algunas estimaciones sitúan el valor total del mercado en 543.130 millones de \$.⁵ Esta divergencia en la valoración subraya las diferentes metodologías, pero la tendencia direccional es clara: los consumidores gastaron más.

Sin embargo, este aumento del valor enmascara una contracción significativa del volumen. El volumen total de bebidas alcohólicas (TBA, por sus siglas en inglés) en EE. UU. experimentó un notable descenso. Los datos de IWSR muestran una caída del 2,8 % en los primeros siete meses de 2024, más pronunciada que el 1,9 % previsto, culminando en un descenso para todo el año del 3 %.⁶ Esto continúa la tendencia de una caída del 2,6 % en 2023.⁷ El índice de raciones por adulto en edad legal para beber de BW166 corrobora esta tendencia, con una caída del 1,98 % en 2024 hasta un

nivel un 6,5 % inferior a la media de 1995-2022.²

La desconexión entre el valor y el volumen no es simplemente un artefacto de la inflación; revela una profunda fractura en el mercado. El descenso del volumen se concentra en las categorías tradicionales de gama media, como la cerveza nacional y el vino, mientras que el crecimiento del valor es impulsado por segmentos de alto valor como el tequila y las bebidas listas para beber (RTD), junto con una premiumización selectiva en categorías en dificultades. Este comportamiento indica una bifurcación del consumidor. Un segmento de consumo se mueve por la conveniencia y la exploración de sabores (RTD), mientras que otro lo hace por el "trade-up" (compra de productos de mayor calidad) para ocasiones especiales (destilados prémium). El mercado se está dividiendo en dos polos distintos: "conveniencia/experiencial" y "prémium/considerado". El terreno intermedio, donde las marcas competían históricamente por un atractivo de masas y un precio moderado, se está erosionando. Este "vaciamiento del centro" es el desafío principal al que se enfrenta la industria.

1.3 Un mercado bifurcado: ganadores y perdedores

El rendimiento de las categorías en 2024 divergió drásticamente. Las bebidas RTD fueron el principal motor de crecimiento y la única categoría importante que evitó caídas de volumen.⁶ La cerveza de importación y el tequila también demostraron resiliencia y crecimiento.² El segmento de bebidas sin alcohol experimentó un crecimiento explosivo, acercándose a los 1.000 millones de \$ en ventas en el canal de alimentación.⁸

Por el contrario, la cerveza, el vino y los destilados sufrieron descensos en las ventas en el canal de alimentación.⁸ El mercado de destilados de EE. UU. registró su primera caída de volumen en casi 30 años, y el vino se enfrentó a los descensos más pronunciados tanto en valor como en volumen.⁸

1.4 Temas clave para 2024

Este informe analizará en profundidad las fuerzas que impulsan esta recalibración del

mercado, centrándose en cuatro temas fundamentales:

1. **La generalización de la moderación** como una norma cultural.
2. **La fractura de la tendencia de premiumización** y el vaciamiento del mercado de gama media.
3. **El ascenso de la "cuarta categoría" (RTD)** como motor de innovación.
4. **La influencia crítica de los consumidores de la Generación Z**, cuyos valores y comportamientos están marcando la agenda para el futuro.

Tabla 1: Rendimiento del mercado de bebidas alcohólicas en EE. UU., 2024 vs. 2023

Categoría	Variación del valor en el canal de alimentación (interanual %)	Variación del volumen en el canal de alimentación (interanual %)	Impulsor/Análisis clave
Alcohol total	-1,1 %	-3,0 %	Descenso generalizado del volumen a pesar de la estabilidad del valor en ciertas áreas.
Destilados	-1,1 %	-2,3 %	El crecimiento de los RTD a base de destilados y el tequila compensa los descensos del vodka y el whisky.
Vino	-3,5 %	-5,3 %	La categoría más afectada, con descensos estructurales en volumen y valor.
Cerveza (total)	-0,7 %	-2,9 %	Las cervezas de importación y sin alcohol son puntos positivos en un segmento por lo demás en declive.
RTD	+5,9 %	-0,9 %	Única categoría con

			crecimiento de valor; el volumen se ve afectado por la fatiga de subsegmentos.
Sin alcohol	+35,0 %	No disponible	Crecimiento explosivo impulsado por las tendencias de salud y moderación.

Fuente: Datos de ventas en el canal de alimentación de NIQ para las 52 semanas que terminan el 28/12/2024.⁸

Sección 2: El consumidor en constante cambio: relevos generacionales y la psicología de la moderación

2.1 La nueva moderación: un fenómeno cultural generalizado

La moderación en el consumo de alcohol ha trascendido su condición de tendencia de nicho para convertirse en una norma cultural generalizada que influye en todos los grupos demográficos.¹² Este cambio ya no se define únicamente por la abstinencia, sino por un enfoque más matizado de control, intencionalidad y consumo consciente. Los datos cuantitativos confirman esta transformación: casi uno de cada dos estadounidenses (49 %) intenta beber menos en 2025, lo que supone un aumento del 44 % desde 2023.¹⁴ El número medio de bebidas alcohólicas consumidas por semana ha descendido de cuatro en 2023 a tres en 2024, y el 34 % de los estadounidenses se identifican ahora como "bebedores conscientes", frente al 26 % del año anterior.¹⁴

2.2 La psicología de la elección: más allá de la salud a largo plazo

Aunque la salud y el bienestar son catalizadores importantes, el movimiento de moderación está impulsado por una psicología más compleja y con visión de futuro.

Los consumidores, especialmente las generaciones más jóvenes, se centran cada vez más en evitar las consecuencias negativas inmediatas del consumo de alcohol. El deseo de eludir las resacas, la pérdida de productividad y la posible vergüenza social se ha convertido en un factor de motivación primordial, a menudo más potente que las preocupaciones sobre la salud a largo plazo.¹⁵

La salud mental también ha surgido como un pilar central de este cambio. Un 36 % de los consumidores de la Generación Z citan explícitamente la salud mental como una razón para moderar su consumo, buscando evitar la pérdida de control y la ansiedad asociada al consumo excesivo.¹⁴ Este enfoque en el bienestar inmediato se ve reforzado por factores sociológicos, como la omnipresente "cultura del esfuerzo", que valora la productividad constante y considera inaceptable un día perdido por una resaca. Al mismo tiempo, las normas sociales han evolucionado; hay menos presión de grupo para beber y una mayor aceptación social de la abstinencia, lo que permite a los individuos tomar decisiones que se alineen con sus valores personales sin temor al ostracismo.¹⁷

2.3 Estrategias de moderación en evolución

En lugar de una simple reducción pasiva, los consumidores emplean activamente estrategias sofisticadas para gestionar su consumo de alcohol. Este enfoque proactivo indica que la toma de decisiones se produce mucho antes del punto de compra, integrándose en las elecciones de estilo de vida.

- **Consumo ligero:** La proporción de "bebedores ligeros", definidos por una baja frecuencia e intensidad de consumo, ha aumentado significativamente hasta convertirse en el mayor segmento de consumidores en 15 mercados clave.¹²
- **Abstinencia temporal:** Popularizada por movimientos como "Dry January" (enero seco), esta práctica está ganando impulso. En 2025, el 30 % de los estadounidenses participaron en esta iniciativa, lo que supone un aumento del 36 % con respecto a 2024.¹⁴ Esta estrategia permite a los consumidores "reiniciar" sus hábitos sin un compromiso de por vida con la abstinencia.¹²
- **Ocasiones de una sola categoría:** Una de las estrategias más reveladoras y de mayor impacto que han surgido es la de las "ocasiones de una sola categoría", en las que los consumidores se ciñen a un solo tipo de bebida (p. ej., solo cerveza o solo vino) durante un evento social.¹² Este comportamiento es una táctica deliberada para limitar el consumo total. Las estadísticas son contundentes: el

número medio de categorías de bebidas consumidas por ocasión se redujo de 2,4 en 2023 a 1,8 en 2024. Sorprendentemente, el 66 % de las ocasiones de consumo implican ahora una sola categoría, un salto espectacular desde el 49 % del año anterior.¹²

Esta dinámica redefine fundamentalmente el panorama competitivo. Cuando un consumidor se limita a una sola bebida o categoría por noche, la elección de esa bebida adquiere una importancia inmensa. El riesgo percibido de una mala elección se magnifica, ya que no hay una segunda oportunidad para pedir algo diferente. Esto eleva la importancia de la confianza en la marca, la fiabilidad y la calidad percibida. El consumidor gravitará hacia una marca que sepa que le proporcionará una experiencia satisfactoria y gratificante, lo que acelera la tendencia hacia bebidas de mayor calidad y reduce el riesgo de decepción.¹⁸ En consecuencia, la competencia por ese "primer trago" se ha vuelto feroz. Las marcas ya no compiten solo por el precio o el sabor, sino por ser la opción más fiable y gratificante para la limitada ventana de consumo del consumidor. Este imperativo del "primer trago" es una de las principales fuerzas que impulsan el vaciamiento del mercado de gama media, ya que las marcas de este segmento pueden percibirse como demasiado arriesgadas o no lo suficientemente "especiales" para esta ocasión de consumo crítica.

2.4 Análisis generacional: un mercado dividido por la edad

Las diferencias generacionales son ahora el factor más importante para predecir el comportamiento del consumidor de alcohol.

- **Generación Z (mayores de 21 años):** Esta cohorte, que ya representa el 9 % de los hogares compradores de bebidas alcohólicas, es la fuerza más disruptiva.⁴ Conocida como la "generación más sobria", el 65 % planea beber menos en 2025.¹ Un asombroso 45 % de los miembros de la Generación Z en edad legal para beber nunca ha consumido alcohol.¹⁹ Sus decisiones de compra se basan en valores: exigen autenticidad, sostenibilidad y transparencia de las marcas.⁴ Su camino hacia la compra es nativo digital, fuertemente influenciado por la prueba social y los influencers, no por la publicidad tradicional.²⁰ Cuando beben, son "exploradores del sabor" y dan prioridad al sabor y la singularidad por encima del precio.²²
- **Millennials:** Este grupo sigue siendo el más "implicado" en el vino y los destilados, pero también es el más propenso a cambiar de categoría,

intercambiando vino por cerveza artesanal o cócteles prémium en función de la ocasión.²³ Son los principales impulsores de la premiumización en categorías específicas como el whisky estadounidense y el tequila, y están a la vanguardia de la adopción de bares "experienciales" en el canal Horeca.¹⁹

- **Baby Boomers:** Aunque su frecuencia de consumo está disminuyendo a medida que se jubilan, los Boomers siguen representando un enorme 36 % de los hogares compradores de bebidas alcohólicas.¹⁹ Muestran una fuerte lealtad a la marca y son menos propensos a experimentar, prefiriendo marcas familiares y de confianza adquiridas a través de minoristas tradicionales o clubes de vinos.²³

2.5 La explosión de las bebidas sin y con bajo contenido de alcohol (NoLo)

El crecimiento del segmento NoLo es una consecuencia directa y cuantificable del movimiento de moderación.

- **Tamaño y crecimiento del mercado:** El mercado estadounidense de bebidas sin alcohol crecerá a una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) en volumen del 18 % entre 2024 y 2028, alcanzando un valor de casi 5.000 millones de \$.²⁵ Las ventas en el canal de alimentación se acercaron a los 1.000 millones de \$ en 2024, un aumento del 35 % con respecto al año anterior.⁸
- **Perfil del consumidor:** Es fundamental entender que el mercado NoLo no es exclusivamente para abstemios. De hecho, el 93 % de los compradores de bebidas sin alcohol también compran versiones con alcohol.²⁶ Estos consumidores utilizan los productos NoLo como una herramienta estratégica de moderación, por ejemplo, alternando entre una bebida con alcohol y otra sin alcohol en una misma ocasión social. Los millennials constituyen la cohorte más grande de bebedores de NoLo, lo que indica la integración de estos productos en los estilos de vida convencionales.²⁵

Tabla 2: Hábitos y preferencias de consumo de alcohol por generaciones (2024)

Métrica	Generación Z (mayores de 21 años)	Millennials	Baby Boomers
Razón principal para beber	Sabor/Exploración, Socialización	Relajación, Socialización	Relajación, Tradición

Razón principal para moderar	Salud mental, Evitar resacas	Productividad, Bienestar	Preocupaciones de salud a largo plazo
Categoría de bebida preferida	Destilados/RTD, Cerveza	Destilados, Cerveza, Vino	Vino, Cerveza
Impulsor clave de la compra	Sabor, Autenticidad, Novedad	Calidad, Marca, Experiencia	Nombre de la marca, Fiabilidad
Probabilidad de beber menos	Alta (65 % planea beber menos)	Moderada (28 % planea beber menos)	Moderada (la frecuencia disminuye)
Adopción de bebidas NoLo	Alta	Muy alta	Baja pero en aumento

Fuentes: Compilado a partir de.⁴

Sección 3: La paradoja de la premiumización: el vaciamiento de la gama media

3.1 El fin de la premiumización universal

La tendencia de larga data de los consumidores a "hacer un trade-up" de forma consistente en todas las categorías de bebidas alcohólicas se ha estancado y, en algunos casos, revertido.²⁷ El mantra de "beber menos, pero mejor" persiste, pero su aplicación se ha vuelto muy selectiva y matizada. Los datos de la primera mitad de 2024 muestran que los volúmenes de destilados y vinos premium-plus disminuyeron un 3 %.¹² De forma aún más reveladora, las ventas de botellas de destilados con un precio superior a 100 \$ cayeron un 8,5 % interanual, y el segmento de 50 a 99,99 \$ se contrajo un 4,3 %.²⁸ Esto indica una clara retirada de los niveles de precios más altos.

3.2 El auge del "lujo asequible"

Aunque el extremo superior del mercado se está desacelerando, los consumidores no están abandonando por completo la calidad. En su lugar, se está produciendo un significativo "trade-down" (compra de productos de menor calidad) desde los niveles más altos hacia puntos de precio más accesibles que aún ofrecen una experiencia *prémium*. Los segmentos de "lujo asequible", definidos aproximadamente entre 17 y 49,99 \$, se han convertido en el nuevo campo de batalla competitivo.²⁸ La moderación en el consumo de volumen libera presupuesto, lo que permite a los consumidores gastar más en las bebidas que eligen consumir, pero ahora buscan este valor en un nivel más bajo que el de los productos *superprémium*.¹⁹

Este comportamiento ha creado un "vaciamiento" del mercado. La presión económica empuja a algunos consumidores a bajar de los niveles más altos, mientras que el deseo de calidad y la dinámica del "primer trago" (Insight 2.1) empujan a otros a subir desde los niveles más bajos. Ambos movimientos convergen en las bandas de precios de "lujo asequible", creando una zona de intensa competencia. Simultáneamente, las marcas de la gama media tradicional (p. ej., una botella de 12-15 \$ de un vino o destilado de gran consumo) están siendo abandonadas. Carecen de los atributos de calidad para justificar un "trade-up" y de la propuesta de valor para justificar un "trade-down". Este es posiblemente la mayor amenaza estratégica para las grandes marcas consolidadas cuyas carteras están fuertemente ponderadas en esta ahora vulnerable gama media.

3.3 Dinámicas específicas de cada categoría

La tendencia de la *premiumización* no es uniforme en todas las categorías de bebidas alcohólicas.

- **La resiliencia de la cerveza:** En marcado contraste con los destilados y el vino, los volúmenes de cerveza *prémium-plus* *crecieron* un 2 %. Este fenómeno se debe en gran medida a la *asequibilidad*; una cerveza *prémium* ofrece una experiencia de "trade-up" con un coste de desembolso mucho menor que un destilado *prémium*, lo que la convierte en una opción atractiva para los consumidores preocupados por el presupuesto que aún buscan un capricho.³
- **La selectividad de los destilados:** Aunque la categoría general se desaceleró, el tequila *superprémium* y el whisky estadounidense siguieron creciendo,

impulsados por los millennials con mayores ingresos que priorizan la autenticidad y la artesanía.²⁴ Por el contrario, categorías como el vodka están experimentando un "trade-down" generalizado, ya que los consumidores optan por opciones más económicas para cócteles.⁶

- **Las dificultades del vino:** El canal de venta directa al consumidor (DtC), históricamente un bastión del vino *prémium*, sufrió sus mayores descensos en los vinos con precios *inferiores* a 40 \$. Incluso el segmento *ultraprémium* (más de 80 \$) vio cómo su crecimiento de volumen se desaceleraba drásticamente del 5 % en 2023 a solo el 2 % en 2024, lo que indica que ni siquiera el extremo superior es inmune a la presión.²⁹

3.4 La nueva definición de "prémium"

Para el consumidor moderno, especialmente para las generaciones más jóvenes, el concepto de "prémium" ha evolucionado más allá del mero precio. Es un concepto holístico que abarca una serie de atributos. Los impulsores clave de la percepción *prémium* incluyen ahora la autenticidad, la producción artesanal, los perfiles de sabor únicos, la herencia de la marca, las prácticas sostenibles y éticas, y una narrativa de marca convincente.¹⁹ Para muchos, la *premiumización* se define por la experiencia, ya sea un cóctel único preparado por un experto, una visita a un bar experiencial o la conexión con la historia de una destilería artesanal.¹⁹

Tabla 3: Rendimiento por nivel de precios: destilados y vino (2024)

Nivel de precios	Variación del volumen interanual (%)	Variación del valor interanual (%)	Impulsor clave del consumidor
Ultraprémium / Lujo (más de 100 \$)	-8,5 %	Negativo	Presión económica que lleva al "trade-down"; los consumidores más acaudalados se mantienen.
Superprémium (50 - 99,99 \$)	-4,3 %	Negativo	Desaceleración significativa a medida que los consumidores buscan un mejor

			valor.
Prémium / "Lujo asequible" (25 - 49,99 \$)	Estable a ligero crecimiento	Estable a ligero crecimiento	El "punto dulce" para los consumidores que hacen "trade-down" y "trade-up".
Gama media / Estándar (10 - 24,99 \$)	Descenso significativo	Descenso significativo	El "centro vaciado"; carece de valor y de atributos prémium.
Económico (menos de 10 \$)	Fuerte descenso	Fuerte descenso	Descenso estructural; los consumidores buscan mayor calidad.

Fuentes: Compilado a partir de.²³

Sección 4: Análisis detallado por categoría: rendimiento, desafíos y oportunidades

4.1 El imparable ascenso de las bebidas listas para beber (RTD)

Las bebidas RTD se han consolidado firmemente como la "cuarta megacategoría" de bebidas alcohólicas, uniéndose a la cerveza, el vino y los destilados con una fuerza disruptiva.⁹ Este segmento representa ahora una cuota del 12 % de las ventas totales de alcohol en dólares y fue la única categoría importante que registró un crecimiento de volumen en 2024, con un aumento del 2 % en los 20 principales mercados.⁴ El crecimiento global fue del 2 % en volumen y del 5 % en valor.⁶

Los principales impulsores de este éxito son la conveniencia inigualable, la amplia variedad, la innovación constante en sabores y una perfecta alineación con la creciente tendencia de ocasiones de consumo informales y relajadas.⁹ Sin embargo, está surgiendo una divergencia crítica dentro de la categoría. Los RTD a base de destilados son el verdadero motor de crecimiento, con un aumento de volumen del 11 % en los primeros siete meses de 2024. Por el contrario, los RTD a base de malta se

mantuvieron planos y los RTD a base de vino disminuyeron un 2 %.⁷ Esto indica una clara preferencia del consumidor por la autenticidad y la calidad de los cócteles a base de destilados, lo que sugiere que los consumidores están dispuestos a pagar más por un producto que perciben como más premium y más parecido a un cóctel de bar.

Este segmento no solo está creciendo, sino que está actuando como catalizador de la innovación en toda la industria. Los ciclos de vida más cortos de los productos RTD y el menor riesgo para el consumidor al probar nuevos sabores permiten a los productores probar rápidamente nuevas combinaciones.¹¹ Los sabores que tienen éxito en los RTD (p. ej., margarita picante, spritz de maracuyá) crean una demanda de mercado probada, lo que reduce el riesgo de innovación en las categorías principales. Las empresas de destilados pueden lanzar un vodka con sabor a maracuyá o las cervecerías una cerveza inspirada en el chocolate caliente mexicano, sabiendo que el perfil de sabor ya resuena en el consumidor de RTD. En esencia, los RTD funcionan como el departamento de I+D de toda la industria de bebidas alcohólicas, acelerando las tendencias de sabor y obligando a las categorías tradicionales a ser más dinámicas.¹⁹

4.2 Destilados: un mercado en recalibración

El sector de los destilados mantuvo su liderazgo en el mercado por cuota de valor, con un 42,2 % en 2024.¹⁰ Sin embargo, la categoría se enfrentó a importantes desafíos. Tras casi tres décadas de crecimiento ininterrumpido, el mercado estadounidense de destilados registró su primer descenso de volumen en 2023, una tendencia que continuó en 2024.³ Según el Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), las ventas de los proveedores disminuyeron un 1,1 % hasta los 37.200 millones de \$, mientras que los volúmenes aumentaron marginalmente un 1,1 % hasta los 312,2 millones de cajas de 9 litros.¹⁰

Tabla 4: Rendimiento de las categorías de destilados en EE. UU. por valor y volumen (2024)

Subcategoría de destilados	Ingresos de proveedores (2024, en miles)	Variación de ingresos interanual (%)	Volumen de cajas (2024, en millones)	Variación de volumen interanual (%)
----------------------------	--	--------------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------------

	de millones de \$)			
Vodka	7.200	Plano	74,1	-1,1 %
Tequila/Mezcal	6.700	+2,9 %	32,3	+2,0 %
Whisky americano	5.200	-1,8 %	30,3	-2,7 %
Cócteles premezclados/ RTD	3.300	+16,5 %	73,1	+17,0 %
Licores	2.800	-3,6 %	No disponible	No disponible
Ron	No disponible	No disponible	20,7	-8,9 %

Fuentes: DISCUS ¹⁰, The Spirits Business. ³⁶

El análisis de las subcategorías revela una historia de fortunas divergentes:

- **Ganadores:** El tequila/mezcal siguió siendo un punto brillante, aunque su crecimiento se ha ralentizado con respecto a años anteriores. El verdadero motor de crecimiento de la categoría de destilados son los cócteles premezclados y los RTD a base de destilados, que registraron un crecimiento de dos dígitos tanto en valor como en volumen.
- **Perdedores:** El vodka, aunque sigue siendo el líder en volumen, continuó su tendencia a la baja. El whisky americano y el ron sufrieron descensos notables, afectados por la competencia de otras categorías y los cambios en las preferencias de los consumidores.

4.3 Vino: navegando por un declive estructural

El vino fue la categoría más desafiada en 2024, enfrentándose a un declive estructural que va más allá de las presiones económicas cíclicas. Las ventas en el canal de alimentación sufrieron los descensos más pronunciados de todas las categorías principales, con una caída del 3,5 % en valor y del 5,3 % en volumen.⁸ Los volúmenes globales cayeron un 4 % tanto en 2023 como en 2024.³⁴

Los principales desafíos son multifacéticos. El sector se enfrenta a un exceso de

oferta persistente, especialmente de vinos de gama baja, lo que presiona los precios a la baja.²³ Fundamentalmente, el vino está perdiendo "cuota de paladar", ya que los consumidores más jóvenes, en particular los de la Generación Z y los millennials, exploran y cambian a otras categorías como los RTD, la cerveza artesanal y los destilados.²³ Además, la recuperación del consumo en el canal Horeca se ha estancado por debajo de los niveles prepandémicos.²³

Una tendencia crucial dentro de la categoría es el giro del consumidor del vino tinto al blanco. En las 52 semanas que terminaron el 18 de mayo de 2024, la cuota de volumen del vino blanco en el vino de mesa creció hasta el 49,2 %, mientras que la del vino tinto cayó hasta el 43,1 %.³⁷ Este cambio está impulsado por la preferencia de los consumidores más jóvenes por los perfiles ligeros, crujientes y refrescantes de variedades como el Sauvignon Blanc y el Pinot Grigio.³⁷

A pesar del panorama sombrío, existen focos de resiliencia. Los vinos de mayor precio (15-25 \$) mostraron una demanda estable, lo que indica que los consumidores que permanecen en la categoría están dispuestos a pagar por la calidad.⁸ El vino espumoso, en particular el Prosecco, se está beneficiando del auge de las ocasiones de consumo informales y se considera una opción de "lujo asequible".¹²

4.4 Cerveza: un segmento de contrastes

El mercado de la cerveza en 2024 se definió por una marcada bifurcación. El segmento general tuvo dificultades, con un descenso del 0,7 % en valor y del 2,9 % en volumen en el canal de alimentación.⁸ Los envíos totales a EE. UU. disminuyeron un 1,8 %, impulsados por una caída del 3,5 % en la cerveza nacional.²

Sin embargo, bajo esta superficie se esconde una historia de dos mercados. Mientras que las cervezas lager nacionales tradicionales están en declive, dos segmentos específicos están prosperando:

- **Cerveza de importación:** Este es un punto brillante importante, con un aumento de volumen del 4,8 %, lo que indica una fuerte preferencia de los consumidores por marcas internacionales.²
- **Cerveza sin alcohol:** Impulsada por las tendencias de moderación y bienestar, las ventas de cerveza sin alcohol se han disparado, convirtiéndose en un motor de crecimiento clave para la categoría general de cerveza.⁸

Análisis detallado de la cerveza artesanal: El segmento de la cerveza artesanal, que durante mucho tiempo fue el motor de crecimiento de la cerveza, ha entrado en una fase de madurez y se enfrenta a sus propios desafíos.

Tabla 5: Cuadro de mando del mercado de la cerveza artesanal en EE. UU. (2024)

Métrica	Cifra de 2024	Variación interanual (%)
Volumen de producción (barriles)	23,1 millones	-4,0 %
Cuota de mercado por volumen (%)	13,3 %	Estable
Valor de venta al por menor (miles de millones de \$)	28.900	+3,0 %
Cuota de mercado por valor (%)	24,7 %	+0,4 p.p.
N.º de cervecerías artesanales en funcionamiento	9.612	-1,2 %
N.º de aperturas de cervecerías	434	-
N.º de cierres de cervecerías	501	-

Fuentes: Brewers Association.⁴⁰

El análisis de la cerveza artesanal revela una narrativa compleja. Aunque el volumen de producción disminuyó un 4 %, su cuota de mercado en volumen se mantuvo estable en el 13,3 % debido a que el mercado general de la cerveza también se contrajo.⁴⁰ De forma más significativa, el valor de venta al por menor aumentó un 3 % hasta los 28.900 millones de \$, lo que elevó la cuota de mercado en valor de la cerveza artesanal al 24,7 %.⁴⁰ Esto demuestra que las cervecerías artesanales han logrado subir los precios y se están beneficiando de las mayores ventas directas en sus

taprooms (salas de degustación). Sin embargo, el entorno es cada vez más

competitivo. Por primera vez desde 2005, los cierres de cervecerías (501) superaron a las aperturas (434), lo que indica una saturación del mercado y una consolidación inminente.⁴⁰

Sección 5: La frontera digital: canales de comercio electrónico y venta directa al consumidor (DtC)

5.1 La realidad omnicanal

La distinción entre las compras en línea y en tiendas físicas es cada vez más irrelevante. El consumidor moderno es un "comprador omnicanal" que adquiere productos de gran consumo a través de todos los canales disponibles, a menudo de forma simultánea.⁴² Los canales digitales desempeñan ahora un papel fundamental no solo como punto de venta, sino también como una poderosa herramienta de influencia que guía las decisiones de compra tanto en línea como fuera de ella.⁴³ Para las marcas de bebidas alcohólicas, tener una presencia sólida en todos los canales ya no es una opción, sino una necesidad para seguir siendo relevante.

5.2 Comercio electrónico de alcohol: tamaño del mercado y trayectoria

El canal de comercio electrónico de bebidas alcohólicas está preparado para un crecimiento sustancial en los próximos años. A nivel mundial, el mercado se valoró en 64.550 millones de \$ en 2024 y se prevé que alcance los 140.690 millones de \$ en 2029, con una impresionante TCAC del 17,3 %.⁴⁴ IWSR proyecta que el canal superará los 36.000 millones de \$ en 18 mercados clave para 2028.⁴³

América del Norte fue la región más grande para el comercio electrónico de alcohol en 2024, y Estados Unidos es un motor clave de este crecimiento.⁴⁴ La proporción de compradores de alcohol que compran en línea en EE. UU. está aumentando, y la frecuencia de compra semanal ha aumentado, lo que indica una creciente comodidad

y dependencia del canal digital.⁴³

5.3 Venta directa al consumidor (DtC) de vino: un canal en crisis

A pesar del optimismo general en el comercio electrónico, el canal de venta directa al consumidor (DtC) de vino, que durante mucho tiempo fue un modelo de crecimiento y rentabilidad, se enfrentó a su año más difícil en 2024, registrando los descensos más pronunciados desde que comenzaron los informes en 2010.²⁹

El rendimiento del canal DtC de vino ya no está aislado de las presiones más amplias del mercado. Los mismos factores que afectan al sector del vino en general —el cambio de los consumidores a otras categorías, el exceso de oferta y la disminución de la demanda de ciertas variedades— ahora están afectando plenamente al canal DtC.⁴⁶ La crisis en el DtC de vino no es un problema específico del canal; es un síntoma de la crisis de identidad más grande del vino. La fuerte caída de los vinos DtC de menos de 40 \$ muestra que los consumidores no están dispuestos a pagar los costes de envío por vinos que no se perciben como suficientemente prémium o únicos. Las bodegas ya no pueden depender del canal DtC para mover el exceso de inventario de productos de gama media. Para tener éxito en el futuro, el canal debe reservarse para ofertas de alto valor, exclusivas y basadas en clubes que justifiquen el precio prémium y la fricción del envío.

Tabla 6: Rendimiento del canal de envío de vino DtC, 2024 vs. 2023

Métrica	Cifra de 2023	Cifra de 2024	Variación interanual (%)
Valor total de los envíos (en miles de millones de \$)	4.100	3.940	-5,0 %
Volumen total de los envíos (en millones de cajas)	7,1	6,4	-10,0 %
Precio medio por botella enviada (\$)	48,35	51,20	+6,0 %

Variación del volumen: Vinos de menos de 40 \$/botella (%)	-11,0 %	-15,0 %	-
Variación del volumen: Vinos de más de 80 \$/botella (%)	+5,0 %	+2,0 %	-
Variación del volumen: Grandes bodegas (más de 500k cajas) (%)	-13,2 %	-18,0 %	-

Fuentes: Sovos ShipCompliant / WineBusiness Analytics.²⁹

5.4 Venta directa al consumidor (DtC) de destilados: una bomba de relojería de oportunidades

En marcado contraste con el vino, el canal DtC de destilados representa una enorme oportunidad sin explotar. Actualmente, el crecimiento está bloqueado por un panorama regulatorio complejo y restrictivo, pero la demanda de los consumidores es innegable. Una encuesta de 2024 revela que un abrumador 85 % de los bebedores habituales de destilados artesanales desean poder comprar a través de envíos DtC, un aumento de 5 puntos porcentuales desde 2022.⁴⁹

El sector de los destilados tiene el potencial de replicar el éxito del mercado DtC de vino, que se convirtió en un canal de miles de millones de dólares. La modernización de las obsoletas leyes de envío podría desbloquear nuevas y sustanciales fuentes de ingresos para las destilerías, especialmente para los productores artesanales más pequeños, dándoles un camino para llegar a una audiencia nacional y construir relaciones directas con los consumidores.⁴⁹

Sección 6: El horizonte regulatorio: navegando por los cambios legislativos y de etiquetado

6.1 La propuesta de revisión del etiquetado de la TTB

El entorno regulatorio de las bebidas alcohólicas en EE. UU. está a punto de experimentar el cambio más significativo en décadas. El 17 de enero de 2025, la Oficina de Impuestos y Comercio de Alcohol y Tabaco (TTB) publicó dos Notificaciones de Propuesta de Reglamentación (NPRM) que, de ser adoptadas, revisarán por completo los requisitos de etiquetado.⁵⁰

- **Panel de "Datos sobre el alcohol":** La propuesta central (Aviso n.º 237) exigiría un panel estandarizado de "Datos sobre el alcohol" en la mayoría de las etiquetas de bebidas alcohólicas. Este panel proporcionaría a los consumidores información por ración sobre: el tamaño de la ración, el número de raciones por envase, el contenido de alcohol (expresado en onzas de alcohol puro), las calorías y los gramos de carbohidratos, grasas y proteínas.⁵⁰
- **Declaración de alérgenos:** Una segunda propuesta (Aviso n.º 238) obligaría a declarar los nueve alérgenos alimentarios principales identificados por el Congreso: leche, huevos, pescado, mariscos crustáceos, frutos secos, trigo, cacahuetes, soja y sésamo. Esta norma exigiría la declaración incluso si los alérgenos se utilizan como aditivos incidentales (p. ej., coadyuvantes de elaboración) y no permanecen en el producto final.⁵⁰

La TTB ha ampliado el periodo de comentarios públicos para estas propuestas hasta el 15 de agosto de 2025. De forma crucial, la propuesta incluye un generoso periodo de adaptación de cinco años a partir de la publicación de la norma final, lo que da a los productores un tiempo considerable para gestionar el inventario de etiquetas, analizar los productos y planificar los costes asociados.⁵⁰

La inevitabilidad de la transparencia es la conclusión clave de estas propuestas. El debate ya no es *si* el etiquetado obligatorio se producirá, sino *cuándo* y en qué forma. Esta acción gubernamental se produce en paralelo a una fuerte demanda de los consumidores, especialmente de la Generación Z y los millennials, que exigen transparencia a las marcas como un valor fundamental.⁴ Las marcas que adopten proactivamente la transparencia obtendrán una ventaja competitiva. El periodo de cumplimiento de cinco años no debe verse como una razón para la inacción, sino como un periodo de planificación estratégica crítico. Las empresas deben comenzar

ahora el proceso de análisis de sus formulaciones y el rediseño de sus etiquetas para convertir una carga regulatoria en una ventaja de marketing.

6.2 El campo de batalla legal del envío DtC

El marco legal para el envío DtC sigue siendo un mosaico contencioso y fragmentado de leyes estatales, con una tensión constante entre la 21.^a Enmienda (que otorga a los estados el control sobre el alcohol) y la Cláusula de Comercio de la Constitución (que prohíbe la discriminación interestatal). La actividad legislativa y los litigios recientes de 2024 y 2025 subrayan este panorama dinámico:

- **Montana:** La ley HB 211 fue promulgada, permitiendo la entrega por parte de terceros de cerveza y vino, lo que amplía las opciones de cumplimiento para los minoristas.⁵³
- **Colorado:** Emitió un boletín que reafirma que los envíos DtC de destilados y bebidas de malta siguen siendo ilegales, lo que indica un posible aumento de la vigilancia.⁵³
- **Virginia:** Aprobó una ley que permite de forma permanente la entrega de alcohol por parte de terceros, eliminando una fecha de expiración anterior y proporcionando estabilidad al mercado.⁵⁴
- **Mississippi:** Un nuevo proyecto de ley permite ahora envíos limitados de vino DtC (hasta 12 cajas por residente al año), abriendo un mercado previamente cerrado.⁵⁴

6.3 La Ley de Equidad en los Envíos de USPS: un posible cambio de paradigma

Una de las novedades legislativas más transformadoras en el horizonte es la Ley de Equidad en los Envíos de USPS (H.R. 3011). Este proyecto de ley bipartidista, que se ha vuelto a presentar, pretende derogar la prohibición de la época de la Prohibición que impide al Servicio Postal de los Estados Unidos (USPS) enviar bebidas alcohólicas.⁵⁵

Si se aprueba, el impacto sería monumental. Crearía una nueva y competitiva opción de envío para productores y minoristas, lo que podría reducir los costes. Lo que es más importante, dado que USPS tiene el mandato de entregar en todas las

direcciones del país, abriría el acceso DtC para los consumidores de zonas rurales y desatendidas a las que los transportistas privados no siempre llegan. Esto ampliaría significativamente el mercado total al que se puede dirigir y, al mismo tiempo, generaría unos ingresos anuales estimados en 190 millones de \$ para USPS.⁵⁵

Sección 7: Perspectivas estratégicas y recomendaciones para 2025 y más allá

7.1 Síntesis de las fuerzas del mercado

El mercado de bebidas alcohólicas de EE. UU. se encuentra en una encrucijada, definido por una serie de tensiones paradójicas que darán forma a su futuro. El éxito en 2025 y más allá dependerá de la capacidad de las marcas para navegar por estas fuerzas contrapuestas:

- **Moderación vs. Indulgencia:** Los consumidores beben menos en general, pero están dispuestos a gastar más en ocasiones específicas, buscando calidad sobre cantidad.
- **Conveniencia vs. Artesanía:** El rápido crecimiento de los RTD, impulsado por la facilidad de uso, coexiste con una demanda continua de destilados y vinos artesanales con historias y herencia auténticas.
- **Valor vs. Prémium:** La premiumización se ha fracturado. El crecimiento se concentra en el "lujo asequible" y en nichos superprémium específicos, mientras que la gama media tradicional se erosiona.
- **Digital vs. Físico:** El comercio electrónico y la influencia digital son cruciales para la concienciación y la compra, pero los canales físicos como las tiendas de conveniencia y las experiencias en los locales (on-premise) siguen siendo campos de batalla vitales.

7.2 Identificación de oportunidades de crecimiento

En medio de estos desafíos, surgen claras oportunidades de crecimiento para las marcas ágiles y con visión de futuro.

- **El nexa entre sabor y conveniencia:** La innovación continua en los RTD sigue siendo la oportunidad más inmediata. El enfoque debe estar en el uso de bases de destilados auténticas y en la introducción de combinaciones de sabores novedosas, a menudo inspiradas en tendencias globales y en la coctelería del canal Horeca.⁵⁷
- **El espectro del bienestar:** La expansión agresiva en la categoría NoLo ya no es opcional. Esto incluye no solo productos con 0,0 % de alcohol por volumen (ABV), sino también opciones con bajo contenido de alcohol y bebidas funcionales que ofrecen beneficios añadidos (p. ej., adaptógenos, ingredientes botánicos), que atraen al consumidor centrado en el bienestar.¹
- **Focos de premiumización:** Las marcas deben dirigir sus esfuerzos de premiumización a categorías específicas y resilientes. El tequila y otros destilados de agave, la cerveza de importación premium y el whisky americano superpremium siguen teniendo una fuerte demanda entre ciertos grupos demográficos. El éxito en estos segmentos requiere un enfoque en la narración, la herencia, los procesos de producción únicos y el envase para justificar el precio.²⁴

7.3 Recomendaciones estratégicas prácticas

Para capitalizar estas oportunidades y mitigar los riesgos, las empresas de bebidas alcohólicas deben adoptar un enfoque estratégico polifacético.

1. **Estrategia de cartera: Afrontar el vaciamiento del centro.** Es imperativo que las marcas realicen una auditoría rigurosa de sus carteras. Las marcas de gama media con un rendimiento inferior y propuestas de valor débiles deben ser consideradas para su desinversión o para un reposicionamiento radical. Los recursos deben reasignarse a los polos de alto crecimiento: RTD/conveniencia por un lado, y premium/artesanal auténtico por otro.
2. **Innovación: Adoptar un modelo ágil inspirado en los RTD.** Los ciclos de innovación deben acortarse. Las marcas deben utilizar los RTD como un campo de pruebas para nuevos perfiles de sabor antes de considerar su despliegue en las marcas principales, aprovechando la capacidad del formato para obtener una rápida retroalimentación del mercado. La inversión en I+D para productos NoLo

que ofrezcan un sabor excepcional, y no solo la ausencia de alcohol, es fundamental.

3. **Marketing: Hablar el idioma del nuevo consumidor.** El marketing de talla única ha muerto. Las estrategias deben segmentarse por generaciones. Para la Generación Z y los millennials, la prioridad debe ser las campañas digitales, auténticas y dirigidas por influencers que creen comunidad y se centren en las experiencias, los valores y la transparencia.²⁰ Para los Boomers, el enfoque debe seguir siendo la herencia de la marca, la fiabilidad y las promociones específicas a través de los canales minoristas tradicionales y los clubes de fidelización.²³
4. **Optimización de canales: Ganar en el lineal digital y de conveniencia.** La inversión en capacidades sólidas de comercio electrónico y DtC es crucial. Para el vino, esto significa refinar el modelo DtC para centrarse en ofertas exclusivas y de alto valor. Para los destilados, implica abogar por la expansión de los derechos DtC y prepararse operativamente para ello. Simultáneamente, la optimización del envasado y la distribución para el canal de tiendas de conveniencia es vital, ya que es un campo de batalla clave para los RTD y los segmentos de cerveza en crecimiento.⁵⁸
5. **Preparación regulatoria: Anticiparse al etiquetado.** Las empresas no deben esperar a la norma final de la TTB. El proceso interno de análisis nutricional y de alérgenos debe comenzar de inmediato. Los próximos requisitos de etiquetado no deben verse como una carga de cumplimiento, sino como una oportunidad de marketing para generar confianza a través de la transparencia, una cualidad muy valorada por el consumidor moderno.

Referencias y fuentes finales

La metodología de este informe se basa en el análisis y la síntesis de datos de múltiples fuentes de la industria, incluidas las principales empresas de investigación de mercado, agencias gubernamentales y publicaciones comerciales. Las fuentes específicas se citan a lo largo del documento.

- **Fuentes de investigación de mercado:** NielsenIQ (NIQ)⁸, IWSR Drinks Market Analysis⁶, Mintel³⁵, Sovos ShipCompliant / WineBusiness Analytics²⁹, BW166², The Business Research Company⁴⁴, ResearchAndMarkets.com⁵, Wine Intelligence¹⁸, YouGov⁶⁸, y otros.⁷⁰
- **Fuentes gubernamentales y de asociaciones:** Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB)², National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA)

⁹⁶, Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS) ¹⁰, Brewers Association ³⁹, y otros organismos de salud y regulación.⁹⁸

- **Publicaciones y medios de la industria:** The Spirits Business ³³, VinePair ¹⁰⁶, The Drinks Business ⁶⁹, y otras publicaciones especializadas.¹

Obras citadas

1. Alcohol Industry Trends | Snipp, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.snipp.com/alcohol-industry-trends>
2. Beverage Alcohol 2024, A Few Bright Spots, But Mostly ... - bw166, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.bw166.com/2025/01/26/beverage-alcohol-2024-a-few-bright-spots-but-mostly-headwinds/>
3. Global beverage alcohol market set for moderate recovery in 2025, while challenges persist in 2024 - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/global-beverage-alcohol-market-set-for-moderate-recovery-in-2025-while-challenges-persist-in-2024/>
4. BevAI What to Expect in 2025 - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2025/beval-what-to-expect-in-2025/>
5. United States Alcoholic Beverages Market Forecast Report, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.globenewswire.com/news-release/2025/03/14/3042857/28124/en/United-States-Alcoholic-Beverages-Market-Forecast-Report-and-Competitive-Analysis-2025-2033-Featuring-Anheuser-Busch-Altria-Boston-Beer-Constellation-Brands-Diageo-Molson-Coors-and.html>
6. Developing markets key to future TBA growth after lacklustre 2024 ..., fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/developing-markets-key-to-future-tba-growth-after-lacklustre-2024/>
7. IWSR's new Navigator data shows declines continue as US awaits alcohol market recovery, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/iwsrs-new-navigator-data-shows-declines-continue-as-us-awaits-alcohol-market-recovery/>
8. 2024 Beverage Alcohol Year in Review - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2025/2024-beverage-alcohol-year-in-review/>
9. The 4th Alcohol Category: Ready to drinks (RTDs) - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/the-4th-alcohol-category-ready-to-drinks-rtds/>
10. Distilled Spirits Council Annual Economic Briefing: Spirits Industry Holds Steady in Market Share Amid Economic Challenges in 2024 - Distilled Spirits Council of the United States, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.distilledspirits.org/news/distilled-spirits-council-annual-economic-briefing>

- [efing-spirits-industry-holds-steady-in-market-share-amid-economic-challenges-in-2024/](#)
11. A look back at 2023 alcohol trends - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/a-look-back-at-2023-alcohol-trends/>
 12. Five Key Trends Shifting the Beverage Alcohol Market in 2025 - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/five-key-trends-shifting-the-beverage-alcohol-market-in-2025/>
 13. Shifts in moderation strategies for beverage alcohol - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/shifts-in-moderation-strategies-for-beverage-alcohol/>
 14. Sober Curious and Alcohol Statistics | 2025 Trends - NCSolutions, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://ncsolutions.com/the-goods/sober-curious-nation-alcohol-survey/>
 15. Consumer shifts: Changing trends and habits in the beverage industry | Articles - Quirk's, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.quirks.com/articles/consumer-shifts-changing-trends-and-habits-in-the-beverage-industry>
 16. Understanding consumer behaviors: The forces reshaping drinking ..., fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.quirks.com/articles/understanding-consumer-behaviors-the-forces-reshaping-drinking-habits>
 17. Cheers to Change: How Gen-Z is Redefining Drinking Culture, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://digitalcommons.georgiasouthern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1061&context=etaph>
 18. Global Beverage Consumption Trends: The Rise of Moderation - Wine-Intelligence, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-analytics-pricing-report-data/global-beverage-consumption-trends-the-rise-of-moderation-vinovistara-wine-intelligence>
 19. 4 2024 BevAI trends to watch - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/4-2024-beval-trends-to-watch/>
 20. The Rise of Mindful Drinking: How Gen Z Is Reshaping the Alcohol Industry | Grappos, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.grappos.com/blog/the-rise-of-mindful-drinking-how-gen-z-is-reshaping-the-alcohol-industry>
 21. Beverage Industry Trends: Innovation, Challenges & Growth | EY - US, fecha de acceso: junio 19, 2025, https://www.ey.com/en_us/insights/consumer-products/beverage-industry-trends-innovation-challenges-and-growth
 22. Gen Z Alcohol Trends, Consumption and Marketing 2025, fecha de acceso: junio

- 19, 2025,
<https://www.ohbev.com/blog/gen-z-alcohol-trends-consumption-and-marketing>
23. US Wine Market 2025 Forecasts and Trends, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ohbev.com/blog/us-wine-market-2024---trends-and-opportunities-and-beyond>
 24. Premiumisation is slowing - but there's a counter-trend - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.theiwsr.com/insight/premiumisation-is-slowing-but-theres-a-counter-trend/>
 25. Key Statistics and Trends for the US No-Alcohol Market - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.theiwsr.com/insight/key-statistics-and-trends-for-the-us-no-alcohol-market/>
 26. 8 Beverage Alcohol Trends in 2025, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://bevinfogroup.com/2025/04/07/8-beverage-alcohol-trends-in-2025/>
 27. Beyond Premiumization - What's Next for the Spirits Industry, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.hiredragons.com/post/beyond-premiumization-what-s-next-for-the-spirits-industry>
 28. 2025 Alcohol and Beverage Trends: Key Statistics on What's ..., fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.escoffier.edu/blog/world-food-drink/alcohol-and-beverage-trends/>
 29. DtC Wine Shipping in 2024: A Year-in-Review | Sovos, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://sovos.com/blog/ship/dtc-wine-shipping-in-2024-a-year-in-review/>
 30. US DTC wine sees value and volume decline in 2024 - Just Drinks, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.just-drinks.com/news/us-dtc-wine-sees-value-and-volume-decline-in-2024/>
 31. What Is Premiumization in the Beverage Industry? - Aptean.com, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.apteran.com/en-US/insights/blog/premiumization-in-beverage-industry>
 32. Premiumization in the U.S. Spirits Industry: Still Thriving or Reaching Its Peak?, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://bartendersbusiness.com/en/articles/insights-1/premiumization-in-the-u-s-spirits-industry-still-thriving-or-reaching-its-peak-609.htm>
 33. Global alcohol volumes down 1% in 2024 - The Spirits Business, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.thespiritsbusiness.com/2025/04/global-alcohol-volumes-down-1-in-2024/>
 34. REPORT Analysis of the Global Alcoholic Beverage Market 2024: Trends, Segmentation, and Future Perspectives - Vinetur, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.vinetur.com/documentos/article/87109/Alcoholic%20Beverage%20Market%20Analysis%202024.pdf>
 35. US Alcoholic Beverage Occasions Consumer Report 2024 - Mintel Store, fecha de

- acceso: junio 19, 2025,
<https://store.mintel.com/report/us-alcoholic-beverage-occasions-market-report>
36. Top five biggest spirits by volume in US in 2024, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.thespiritsbusiness.com/2025/02/top-five-biggest-spirits-by-volume-in-us-in-2024/>
 37. White Wines Outperforming Reds - Wine Business, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.winebusiness.com/news/article/290479>
 38. Silicon Valley Bank Releases 24th Annual State of the US Wine Industry Report, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.svb.com/news/company-news/silicon-valley-bank-releases-24th-annual-state-of-the-us-wine-industry-report/>
 39. Key Craft Developments in 2024 - Beer Marketer's Insights, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://beerinsights.com/archive-article/54386>
 40. The year in craft beer: growth slows, strategy shifts but success still brews, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.craftbrewingbusiness.com/business-marketing/the-year-in-craft-beer-growth-slows-strategy-shifts-but-success-still-brews/>
 41. US 'craft' beer retains share as volumes fall, research shows - Just Drinks, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.just-drinks.com/news/us-craft-beer-volumes-fall/>
 42. The State of Online Beverage Sales in 2024 - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://nielseniq.com/global/en/insights/education/2024/online-beverages/>
 43. IWSR Projects Alcohol Ecommerce Channel to surpass \$36 Billion by 2028, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.theiwsr.com/insight/iwsr-projects-alcohol-ecommerce-channel-to-surpass-36-billion-by-2028/>
 44. Alcohol E-Commerce Market 2024 - Insights And Industry Analysis, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/alcohol-e-commerce-global-market-report>
 45. Alcohol E-Commerce Market Report 2025, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.researchandmarkets.com/reports/5792850/alcohol-e-commerce-market-report>
 46. From Decline to Opportunity: Lessons from the 2024 DtC Market - Sovos ShipCompliant, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://sovos.com/shipcompliant/blog/from-decline-to-opportunity-lessons-from-the-2024-dtc-market/>
 47. 2024 DtC Wine Shipping Report - Top Takeaways - Sovos, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://sovos.com/blog/ship/top-takeaways-2024-dtc-wine-shipping-report/>
 48. 2024 DtC Wine Shipping Report - Top Takeaways - Sovos ShipCompliant, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://sovos.com/shipcompliant/blog/top-takeaways-2024-dtc-wine-shipping-report/>
 49. 2024 DtC Liquor & Spirits Shipping Report | Sovos ShipCompliant, fecha de

- acceso: junio 19, 2025,
<https://sovos.com/shipcompliant/content-library/dtc-spirits-report/>
50. TTB Proposes Sweeping New Regulations on Alcohol Beverages, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.brewersassociation.org/government-affairs-updates/ttb-proposes-sweeping-new-regulations/>
 51. Distilled Spirits - Notices of Proposed Rulemaking | TTB: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ttb.gov/regulated-commodities/beverage-alcohol/distilled-spirits/notices-of-proposed-rulemaking>
 52. TTB Extends Comment Periods for Two Proposed Rules on Alcohol Labeling Requirements, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://advocacy.sba.gov/2025/04/08/ttb-extends-comment-periods-for-two-proposed-rules-on-alcohol-labeling-requirements/>
 53. Beverage Breakdown (May 2025): Nutter McClennen & Fish Law Firm, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.nutter.com/trending-newsroom-publications-beverage-breakdown-may-2025>
 54. 2025 Alcohol Legislation Preview | Fintech Automated Invoice Processing, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://fintech.com/blog/2025-alcohol-legislation-preview>
 55. House reintroduces bill to allow USPS to ship alcohol - NALC, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.nalc.org/news/nalc-updates/house-reintroduces-bill-to-allow-usps-to-ship-alcohol>
 56. New Bill Would Allow USPS To Deliver Alcoholic Beverages to Of-Age Consumers - ASI, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://members.asicentral.com/news/industry-news/april-2025/new-bill-would-allow-usps-to-deliver-alcoholic-beverages-to-of-age-consumers/>
 57. Beverages: Sip into the Future: Unexpected Flavors Shaking Up the ..., fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.insighttrendsworld.com/post/beverages-sip-into-the-future-unexpected-flavors-shaking-up-the-alcohol-industry-in-2025>
 58. Convenience Stores Help Drive Alcohol Beverage Dollar Growth - CSP Daily News, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.cspdailynews.com/beverages/convenience-stores-help-drive-alcohol-beverage-dollar-growth>
 59. Alcoholic Beverage Industry: Research, Analysis & Trends - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://nielseniq.com/global/en/industries/consumer-packaged-goods/beverage-alcohol/>
 60. Understanding the Dynamics of Purchase Behavior in the US Liquor Channel - NIQ, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2024/understanding-the-dynamics-of-purchase-behavior-in-the-us-liquor-channel/>

61. CGA by NIQ reveals the ups and downs of wine in the US On Premise, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://cgastrategy.com/cga-by-niq-reveals-the-ups-and-downs-of-wine-in-the-us-on-premise/>
62. IWSR: Beverage Alcohol Market Falls Short of Expectations in 2024 - Wine-Intelligence, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-analytics-pricing-report-data/iwsr-beverage-alcohol-market-falls-short-of-expectations-in-2024-vinovistara-wine-intelligence>
63. Consumers show preference for downtrading in beverage alcohol, but sentiment is improving in some markets - IWSR, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.theiwsr.com/insight/consumers-show-preference-for-downtrading-in-beverage-alcohol-but-sentiment-is-improving-in-some-markets/>
64. US White Spirits Market Report 2024 | Mintel Store USA, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://store.mintel.com/us/report/white-spirits-us-2024/>
65. 2024 Direct to Consumer - State Performance & Best Practices Report - SAMHSA Library, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://library.samhsa.gov/sites/default/files/direct-to-consumer-pep24-002.pdf>
66. 2024 Direct-to-Consumer Wine Shipping Mid-Year Report, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.winebusiness.com/news/link/291759>
67. The Global Spirits Market in 2024: Adjustments, Trends, and Outlook Am - Wine-Intelligence, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://wine-intelligence.com/blogs/wine-analytics-pricing-report-data/the-global-spirits-market-in-2024-adjustments-trends-and-outlook-amid-shifting-consumer-behavior-wine-news-vinovistara>
68. Exploring the top beer, spirit, hard seltzer, and ready-to-drink brands ..., fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://commercial.yougov.com/rs/464-VHH-988/images/WP-2024-07-US-Alcohol-Rankings.pdf>
69. Beer category loses female drinkers as gender inequality prevails - The Drinks Business, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.thedrinksbusiness.com/2024/05/beer-category-loses-female-drinkers-as-gender-inequality-prevails/>
70. IBISWorld - Industry Market Research, Reports, & Statistics | IBISWorld, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ibisworld.com/>
71. Alcohol eCommerce - A billion-dollar industry manufacturers can capitalize on - Ziffity, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ziffity.com/blog/alcohol-ecommerce/>
72. Boom in US alcohol ecommerce sees value surpass USD\$6 billion - The Drinks Business, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.thedrinksbusiness.com/2022/01/boom-in-us-alcohol-ecommerce-sales-see-worth-hit-more-than-usd-6-billion/>
73. Alcoholic Beverage E-Commerce Platforms Market Current Scenario Analysis Report, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.insightaceanalytic.com/report/global-alcoholic-beverage-e-commerce>

- [ce-platforms-market/1210](#)
74. Gopuff is the third largest outlet for online beer sales and 10 other factoids from Rabobank's Alcohol e-Commerce Playbook - Craft Brewing Business, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.craftbrewingbusiness.com/business-marketing/gopuff-is-the-third-largest-outlet-for-online-beer-sales-and-10-other-factoids-from-rabobanks-alcohol-e-commerce-playbook/>
 75. Report: Alcoholic Beverage E-Commerce Platforms Market Worth \$30.5 Billion by 2030, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://craftspiritsmag.com/2022/03/10/report-alcoholic-beverage-e-commerce-platforms-market-worth-30-5-billion-by-2030/>
 76. Online Alcohol Sales Booming In The U.S. Through These Marketplaces, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://futuredrinksexpo.com/en/blog/online-alcohol-sales-booming-in-the-u-s-through-these-marketplaces-419.htm>
 77. MarketsandMarkets - Revenue Impact & Advisory Company | Market Research Reports | Business Research Insights, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.marketsandmarkets.com/>
 78. US Craft Beer Market Size, Share and Forecast 2035, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.marketresearchfuture.com/reports/us-craft-beer-market-21003>
 79. Euromonitor International; leads the world in data analytics - Euromonitor.com, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.euromonitor.com/>
 80. 2024 US for First Half of 2024, fecha de acceso: junio 19, 2025, https://info.winedirect.com/hubfs/WineDirect_Enolytics_H1-2024_DTC_Report_Updated.pdf?hsLang=en
 81. Wine Statistics | TTB - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/regulated-commodities/beverage-alcohol/wine/wine-statistics>
 82. TTB Statistics and Data: Reports and Data - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/statistics/reports-and-data>
 83. 2024 Quarterly Beer State Statistical Releases | TTB, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/statistics/2024-quarterly-beer-state-statistical-releases>
 84. Page1 - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/media/81281/download?inline>
 85. Distilled Spirits Reports | TTB - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/regulated-commodities/beverage-alcohol/distilled-spirits/statistics>
 86. Beer National Report - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/media/81301/download?inline>
 87. March 29, 2024 Mary G. Ryan Administrator Alcohol and Tobacco Tax and Trade

- Bureau (TTB) U.S. Department of Treasury RE: Notice - Consumer Federation of America, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://consumerfed.org/wp-content/uploads/2024/03/CFA-comments-to-TTB-3-28-2024.pdf>
88. Page1 - TTB, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ttb.gov/media/79521/download?inline>
 89. Department of the Treasury Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau Congressional Budget Justification and Annual Performance PI - Public now, fecha de acceso: junio 19, 2025,
https://docs.publicnow.com/viewDoc.aspx?filename=77623\EXT\C26354DA0941CB37CE76E8CCDBB50888E7AE6312_C0975D46F9240F8862DD9A2911A9463E2D74C14D.PDF
 90. 2023 Q4 State Beer Report.xlsx - Public now, fecha de acceso: junio 19, 2025,
https://docs.publicnow.com/viewDoc.aspx?filename=77623\EXT\6FB5B927845200BDBB83CB7663DDBBA767999D3C_39FEA7CAABE88D8569A2C035DACA7CCC_CB797BC2.PDF
 91. Beer Statistics | TTB - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ttb.gov/regulated-commodities/beverage-alcohol/beer/statistics>
 92. ALCOHOL AND TOBACCO TAX AND TRADE BUREAU - STATISTICAL RELEASE, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ttb.gov/media/80246/download?inline>
 93. STATISTICAL RELEASE - Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ttb.gov/media/80251/download?inline>
 94. www.ttb.gov, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.ttb.gov/media/79966/download?inline>
 95. Notice No. 238: Major Food Allergen Labeling for Wines, Distilled Spirits, and Malt Beverages - Regulations.gov, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.regulations.gov/document/TTB-2025-0003-0001>
 96. Alcohol Use in the United States: Age Groups and Demographic ..., fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.niaaa.nih.gov/alcohols-effects-health/alcohol-topics-z/alcohol-facts-and-statistics/alcohol-use-united-states-age-groups-and-demographic-characteristics>
 97. Alcohol Abuse Statistics in 2024 - Boca Recovery Center, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://bocarecoverycenter.com/alcohol/abuse-statistics/>
 98. Alcohol Abuse Statistics [2023]: National + State Data - NCDAS, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://drugabusestatistics.org/alcohol-abuse-statistics/>
 99. Alcohol Facts and Statistics, fecha de acceso: junio 19, 2025,
https://www.niaaa.nih.gov/sites/default/files/publications/NIAAA_Alcohol_Facts_and_Stats_0.pdf
 100. Addressing Excessive Alcohol Use: State Fact Sheets - CDC, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.cdc.gov/alcohol/fact-sheets/states/excessive-alcohol-use-united-states.html>

101. Why A Minimum Legal Drinking Age of 21 Works | Alcohol Use - CDC, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.cdc.gov/alcohol/underage-drinking/minimum-legal-drinking-age.html>
102. Alcohol Facts and Statistics, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.niaaa.nih.gov/alcohols-effects-health/alcohol-topics/alcohol-facts-and-statistics>
103. Alcohol Use Disorder (AUD) in the United States: Age Groups and Demographic Characteristics, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.niaaa.nih.gov/alcohols-effects-health/alcohol-topics/alcohol-facts-and-statistics/alcohol-use-disorder-aud-united-states-age-groups-and-demographic-characteristics>
104. Millions of Americans Have Alcohol Use Disorder, but Few Get Treatment, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.pew.org/en/research-and-analysis/articles/2024/06/06/millions-of-americans-have-alcohol-use-disorder-but-few-get-treatment>
105. New Research Results Show How Alcohol Use Really Affects Overall Health and Fitness, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://movendi.ngo/science-digest/new-research-results-show-how-alcohol-use-really-affects-overall-health-and-fitness/>
106. The States That Drink the Most Alcohol in America (2024) [MAP] - VinePair, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://vinepair.com/articles/map-states-drink-alcohol-america-2024/>
107. Surveillance Report #121 | National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA), fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.niaaa.nih.gov/publications/surveillance-reports/surveillance121>
108. Surveillance Reports | National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism (NIAAA), fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.niaaa.nih.gov/publications/surveillance-reports>
109. NIAAA Surveillance Report #121 Apparent Per Capita Alcohol Consumption: National, State & Regional Trends 1977- 2022 - OPEN MINDS, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://openminds.com/market-intelligence/resources/040124percapalcohol/>
110. 10 facts about Americans and alcohol as 'Dry January' begins | Pew Research Center, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/01/03/10-facts-about-americans-and-alcohol-as-dry-january-begins/>
111. Distilled Spirits Market Report 2024 | PDF | Cost Of Living | Alcoholic Beverages - Scribd, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.scribd.com/document/871133205/Distilled-Spirits-Market-Report-2024>
112. U.S. Spirits Exports Hit Record \$2.4 Billion in 2024 - Distilled Spirits Council, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.distilledspirits.org/news/u-s-spirits-exports-hit-record-2-4-billion-in-2024/>

113. State Craft Beer Sales & Production Statistics, 2024 - Brewers Association, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/state-craft-beer-stats/>
114. 2024 Annual Craft Brewing Industry Production Report - Brewers Association, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.brewersassociation.org/association-news/brewers-association-reports-2024-u-s-craft-brewing-industry-figures/>
115. National Beer Sales & Production Data - Brewers Association, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/national-beer-stats/>
116. 2024 State Reports - Underage Drinking Prevention and Enforcement Florida | SAMHSA Library, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://library.samhsa.gov/sites/default/files/florida-iccpud-state-report-2024.pdf>
117. Alcohol and Cancer Risk 2024 - HHS.gov, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.hhs.gov/sites/default/files/oash-alcohol-cancer-risk.pdf>
118. Alcohol Abuse Statistics - 2025 Alcohol Use & Binge Drinking Stats - Addiction Help, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.addictionhelp.com/alcohol/statistics/>
119. Statistics on Underage Drinking - Responsibility.org, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.responsibility.org/alcohol-statistics/underage-drinking-statistics/>
120. List of Legal Drinking Age in Countries around the World 2024, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.jagranjosh.com/general-knowledge/list-of-countries-with-legal-drinking-age-1707197868-1>
121. Drinking age debate | EBSCO Research Starters, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.ebsco.com/research-starters/law/drinking-age-debate>
122. Legal drinking age - Wikipedia, fecha de acceso: junio 19, 2025, https://en.wikipedia.org/wiki/Legal_drinking_age
123. Alcohol and health: reviewing recent data, trends | Northwell Health, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.northwell.edu/news/the-latest/alcohol-and-your-health>
124. Explore Excessive Drinking in the United States | AHR - America's Health Rankings, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.americashealthrankings.org/explore/measures/ExcessDrink>
125. Data on Excessive Alcohol Use - CDC, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.cdc.gov/alcohol/excessive-drinking-data/index.html>
126. America's Biggest Beer Drinkers Live In These States - Digg, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://digg.com/data-viz/link/america-beer-consumption-by-US-state>
127. Which U.S. States Consume The Most Wine? - Voronoi, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.voronoiapp.com/other/Which-US-States-Consume-The-Most-Wine-2758>
128. The State That Drinks The Most Alcohol In The US, In Total Vs Per Person -

- Yahoo, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.yahoo.com/lifestyle/state-drinks-most-alcohol-us-204538872.html>
129. The States That Drink the Most Liquor in America (2024) [MAP] - VinePair, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://vinepair.com/articles/map-states-drink-spirits-america-2024/>
130. Challenges and Reasons for decline of the Wine Industry in 2024, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://sommelierschoiceawards.com/en/blog/insights-1/challenges-faced-by-the-wine-industry-in-2024-whats-the-reason-behind-the-decline-1044.htm>
131. Beyond Beer Leads On-Premise Alcohol Growth in 2024 | BeerBoard, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.beerboard.com/blog/2024-on-premise-year-in-review/>
132. wine spectator's top 100 wines of 2024 - Liquor Cave, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://www.liquorcave.com/collections/wine-spectators-top-100-wines-of-2024>
133. Top 10 Wines of 2024 - Family Wineries Direct, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://familywineriesdirect.com/collections/top-10-wines-of-2024>
134. Wine Spectator Top 100 Wines of 2024 - Vin Chicago, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://vinchicago.com/collections/wine-spectator-top-100-wines-of-2024>
135. Wine up and spirits down in flat fortnight for drinks sales - CGA, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://cgastrategy.com/wine-up-and-spirits-down-in-flat-fortnight-for-drinks-sales/>
136. Control States Holding Steady - - Market Watch, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.marketwatchmag.com/control-states-holding-steady/>
137. Alcohol Consumption Is Up 14% Since 2000 - ValuePenguin, fecha de acceso: junio 19, 2025, <https://www.valuepenguin.com/alcohol-consumption-study>
138. Declining U.S. Alcohol Consumption: Structural Shi... | FMP, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://site.financialmodelingprep.com/market-news/declining-us-alcohol-consumption-structural-shift-or-economic-downturn>
139. 5 Emerging Liquor & Wine Trends - 2025 & Beyond | Spec's, fecha de acceso: junio 19, 2025,
<https://specsonline.com/blog/emerging-trends-wine-and-liquor-2025/>