vinetur

La industria de bebidas alcohólicas en Estados Unidos mantiene su tendencia a la baja a inicios de año

El volumen de ventas de espirituosos retrocede un 4,4% y el sector del vino experimenta una caída del 8,3% durante el primer trimestre

viernes 22 de mayo de 2026



La industria estadounidense de bebidas alcohólicas siguió en contracción durante el primer trimestre de 2026, según los datos de SipSource publicados por Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA). El informe apunta a una caída del vino y de los espirituosos en volumen y en ingresos, con una mejora moderada en marzo, sobre todo en el vino y en el canal de consumo fuera del hogar.

WSWA atribuye parte de esa evolución a la inflación acumulada, al alza de los precios de la gasolina, a unos inventarios ajustados y al cambio del consumidor hacia productos más baratos. La asociación también señala que marzo tuvo un día de envío más que el mismo periodo de 2025, un factor que ayudó a suavizar parte de la caída.

En espirituosos, el trimestre cerró con un descenso del 4,4% en volumen y del 5,7% en ingresos sobre una base móvil de 12 meses. En vino, la caída fue del 8,3% en volumen y del 5,3% en ingresos. WSWA interpreta estos datos como una señal de presión sobre las gamas medias y altas, con más compras orientadas al precio.

Danny Brager, analista de SipSource, afirmó que el mercado refleja una gestión más ajustada de las carteras, una racionalización de referencias y un comportamiento más sensible al valor por parte del consumidor. Añadió que los cócteles listos para beber elaborados con espirituosos siguen siendo uno de los pocos segmentos con avance claro, aunque en un mercado cada vez más saturado.

El informe también muestra una caída del número de puntos de distribución del 3,2% en el periodo más reciente, frente a un descenso máximo del 5% registrado en 2025. WSWA vincula esa evolución a ajustes de inventario y a la reducción de referencias tanto en retail como en hostelería. El total de cuentas bajó un 0,5%.

Por canales, el consumo fuera del hogar cayó un 3%, mientras que el canal off-premise retrocedió un 7,4%. La asociación indica que la evolución del consumo fuera del hogar ha mejorado poco a poco durante el último año, aunque la debilidad en tiendas y supermercados sigue siendo más persistente.

En espirituosos, la presión se nota también por tramos de precio. El segmento de entre 50 y 99,99 dólares cayó un 8,8%, y el tramo de más de 100 dólares bajó un 9,3%. Tequila y agave, categorías que han ganado peso dentro del conjunto de espirituosos

core en los últimos seis años, retrocedieron un 3% en volumen y un 6,6% en ingresos.

En vino, WSWA señala una mejora leve en ingresos respecto al cierre de 2025. Marzo terminó con una caída del 5,3%, mientras que el volumen siguió bajando un 8,3%. El tramo inferior a 5 dólares por botella, que representa el 22,2% del volumen total de vino, cayó un 19,1%.

Algunas categorías sí registraron avances en ingresos: vinos espumosos tipo Prosecco subieron un 6,1%, Champagne avanzó un 2%, Sauvignon Blanc ganó un 1,1% y Sake un 1,3%. También crecieron los cócteles a base de vino, con un aumento del 11,8%.

En RTD elaborados con espirituosos, WSWA observa el mayor avance del trimestre. Las ventas en dólares subieron un 30% y esta categoría ya representa el 28% del volumen total de espirituosos en el canal off-premise. Los RTD a base de vino crecieron cerca del 14%, mientras que los RTD con base malta siguieron cayendo.

La asociación advierte además de una oferta muy amplia: más de 750 marcas de cócteles preparados con espirituosos compiten por espacio y ventas. En ese segmento pesan la innovación, la posición comercial y la ejecución por parte de fabricantes y distribuidores.