vinetur

La cerveza superpremium gana terreno en Estados Unidos

Las versiones ultra light y sin alcohol reordenan el gasto del consumidor y presionan al vino

miércoles 3 de junio de 2026

La cerveza superpremium sigue ganando espacio en Estados Unidos mientras las referencias ultra light y sin alcohol empujan la demanda y modifican la forma en que los consumidores reparten su gasto entre bebidas. Según datos recogidos por 3-Tier, el segmento superpremium avanza un 3% en valor frente al mismo periodo del año anterior y un 7% respecto a hace dos años.

El informe apunta a que el interés por las cervezas de menor graduación y por las opciones NA, siglas de non-alcoholic, está ayudando a sostener ese movimiento. En un mercado donde el consumidor compara más entre categorías, estas referencias captan parte del presupuesto que antes iba a otras bebidas, entre ellas el vino.

La evolución no se limita a una sola marca ni a una sola cadena de distribución. El cambio afecta al conjunto del canal y responde a una demanda más fragmentada, con compradores que alternan entre cerveza premium, productos ligeros y opciones sin alcohol según el momento de consumo.

En ese escenario, la cerveza superpremium mantiene una posición sólida dentro de la oferta de mayor precio. El tirón de las versiones ultra light y NA también obliga a fabricantes y distribuidores a ajustar surtido, precios y promociones para no perder espacio en lineales y bares.

Para el sector del vino, este movimiento supone una presión añadida en la pelea por el gasto del consumidor. La cerveza gana terreno en ocasiones de consumo que antes estaban más asociadas al vino, sobre todo entre quienes buscan menos alcohol o una bebida más ligera.

Los datos de 3-Tier muestran además que la categoría no depende solo de una moda puntual. El avance acumulado en dos años sugiere que el interés por estas referencias tiene recorrido y que el mercado estadounidense sigue reordenando sus preferencias en torno a productos con más valor percibido o con menor graduación.