vinetur

El alcohol encadena otra caída en Estados Unidos tras hundirse un 5,9% el volumen

Las ventas minoristas bajan un 4,4% en valor y agravan la presión sobre fabricantes e importadores

martes 16 de junio de 2026



Las ventas de alcohol en Estados Unidos volvieron a caer en el canal minorista, según los últimos datos de NIQ difundidos este martes, 16 de junio. En las cuatro semanas cerradas el 6 de junio, las ventas totales en valor se situaron en 8.700 millones de

dólares, un 4,4% menos que en el mismo periodo del año anterior.

La bajada también se trasladó al volumen. NIQ cifra las ventas en 170,8 millones de cajas, lo que supone un descenso del 5,9% interanual. Con estos datos, el mercado encadena otra lectura negativa en un momento en el que fabricantes y distribuidores siguen atentos a la evolución del consumo en alimentación y gran distribución.

La información apunta a una contracción tanto en facturación como en unidades vendidas. Esa doble caída sugiere una demanda más débil que hace un año y puede tener efectos sobre la política comercial de bodegas, cerveceras y grupos de espirituosos que operan en Estados Unidos. También puede influir en la gestión de inventarios, en la rotación por categorías y en las decisiones sobre precios y promociones durante las próximas semanas.

El dato tiene interés para el sector porque Estados Unidos es uno de los mayores mercados mundiales para vino, cerveza y destilados. Cuando las ventas semanales pierden ritmo, aunque sea durante un periodo limitado, productores e importadores suelen revisar sus previsiones de salida de producto y sus planes para el segundo semestre. En especial, vigilan si la caída responde a un ajuste puntual tras meses anteriores o si refleja un cambio más amplio en los hábitos de compra.

NIQ resume la lectura con una idea de fondo: el retroceso no tiene por qué ser permanente. Aun así, la fotografía inmediata es la de un mercado por debajo del nivel del año pasado al comienzo de junio. Por ahora, NIQ no plantea en esa referencia una recuperación ya visible, sino una nueva semana con cifras inferiores a las del mismo tramo de 2025.

La evolución del valor frente al volumen también ofrece una pista sobre el comportamiento del consumidor. El descenso del 5,9% en cajas es mayor que la caída del 4,4% en dólares, lo que indica que el precio medio o la mezcla de productos amortiguó parte del retroceso. En términos prácticos, se vendieron menos unidades, pero el ingreso total cayó algo menos que el volumen.

Ese matiz es relevante para las empresas con presencia en segmentos de vino premium, cerveza de mayor precio o espirituosos con más margen. Si el consumidor reduce compras pero mantiene parte del gasto en referencias de precio superior, el golpe sobre la facturación puede ser menor que sobre las cantidades vendidas. Aun así, una contracción prolongada del volumen suele ser una señal vigilada con atención por toda la cadena.

Los datos llegan además en una jornada con otras noticias para el negocio de las bebidas alcohólicas en Estados Unidos. La misma publicación recoge la amenaza del presidente Donald Trump de imponer un arancel del 100% al vino francés y al champán si Francia no elimina su impuesto sobre servicios digitales a las tecnológicas. Aunque se trata de un asunto distinto al informe semanal de ventas, ambos elementos añaden presión a un mercado que ya muestra debilidad en el consumo.

Para importadores y distribuidores de vino europeo, cualquier cambio arancelario podría alterar precios finales y surtido disponible. Si a eso se suma una demanda más floja en tienda, el efecto potencial sobre las ventas sería mayor en categorías dependientes del producto importado. En ese escenario, las compañías podrían ajustar promociones, compras y niveles de stock mientras esperan más claridad sobre la evolución del mercado.

Por ahora, la referencia concreta aportada por NIQ se limita al periodo de cuatro semanas terminado el 6 de junio y confirma una nueva bajada interanual del alcohol total en Estados Unidos. El seguimiento de las próximas lecturas será básico para comprobar si el retroceso se modera durante el verano o si continúa afectando al ritmo de ventas del vino, la cerveza y los destilados.