vinetur

La cerveza se impone como la bebida más americana a las puertas del 4 de julio

Un 55% la vincula más con Estados Unidos que refrescos, té helado, limonada, destilados y vino

martes 30 de junio de 2026

La cerveza es la bebida que más adultos de Estados Unidos identifican con la idea de lo “más americano”, según una encuesta de Morning Consult encargada por el Beer Institute y difundida este lunes, 29 de junio. El estudio, realizado entre mayores de 21 años, sitúa a la cerveza por delante de los refrescos, el té helado, la limonada, los destilados y el vino en esa asociación cultural, a pocos días de la celebración del 4 de julio y en el año en que el país conmemora el 250 aniversario de su independencia.

El sondeo indica que el 55% de los encuestados eligió la cerveza como la bebida que más se asocia con Estados Unidos. Por detrás aparecen los refrescos, con un 47%; el té helado, con un 43%; la limonada, con un 33%; los destilados, con un 17%; y el vino, con un 14%.

La encuesta también recoge que casi dos tercios de los adultos consultados, un 64%, consideran que la cerveza forma parte de la tradición estadounidense. Además, un 63% afirma que esta bebida es tan americana como la tarta de manzana, una comparación muy usada en el país para hablar de símbolos nacionales ligados a la vida cotidiana.

El Beer Institute, patronal del sector cervecero en Estados Unidos, presentó estos datos como una muestra del peso cultural que mantiene la cerveza en reuniones familiares, fiestas populares y celebraciones nacionales. Su presidente y consejero delegado, Brian

Crawford, señaló en la nota difundida por la organización que los ciudadanos siguen viendo esta bebida como parte de su herencia compartida.

Los resultados cobran especial interés por su cercanía con el Día de la Independencia. Entre quienes consideran que la cerveza forma parte de la tradición del país, un 80% la relaciona con las celebraciones del 4 de julio y otro 80% con las barbacoas al aire libre. El estudio añade que el 95% de las personas que van a organizar o asistir a una fiesta ese día prevé incluir cerveza en el encuentro.

A esa previsión se suma otro dato: el 62% considera que la cerveza es un elemento imprescindible en su reunión del 4 de julio, al mismo nivel que la barbacoa, la música o los fuegos artificiales. Además, casi siete de cada diez encuestados, un 69%, dicen que esta bebida tiene un papel importante en sus celebraciones de esa fecha.

Más allá del festivo inmediato, el sondeo apunta a una percepción estable sobre su presencia futura. Un 78% de los adultos consultados cree que la cerveza seguirá ocupando un lugar central en la cultura y en las celebraciones estadounidenses durante los próximos 250 años.

La encuesta se llevó a cabo entre el 12 y el 14 de junio entre 2.201 adultos estadounidenses de 21 años o más. El margen de error declarado es de más o menos dos puntos porcentuales. Al tratarse de un estudio encargado por una asociación empresarial del sector cervecero, sus resultados reflejan tanto hábitos percibidos como una lectura favorable para esa industria.

Para fabricantes, distribuidores, cadenas de alimentación y hostelería, estos datos pueden servir como referencia para ajustar pedidos, promociones y presencia en tienda durante una de las semanas de mayor consumo estacional en Estados Unidos. También refuerzan la posición de la cerveza como producto tractor del verano en ese mercado, con posible efecto sobre ventas en bares, supermercados y eventos privados.

El Beer Institute agrupa a productores, importadores y proveedores vinculados a la cerveza en Estados Unidos. Según la propia entidad, esta actividad sostiene cerca de 2,42 millones de empleos y aporta más de 471.000 millones de dólares a la economía del país. Fundada en 1862 como U.S. Brewers Association, la organización actúa como

portavoz empresarial ante las administraciones y en asuntos regulatorios.

La publicación del estudio llega después de otras comunicaciones recientes del mismo organismo sobre consumo ligado a grandes citas deportivas y sobre estimaciones mensuales de envíos sujetos a impuestos por parte de las cerveceras. En ese marco, el nuevo sondeo refuerza una idea útil para el mercado: en fechas señaladas del calendario estadounidense, la cerveza mantiene una posición preferente frente a otras bebidas.