vinetur

La hostelería sostiene el mercado del vino y los destilados en Estados Unidos

El consumo fuera del hogar resiste mejor que las tiendas en un verano aún sin vuelta al crecimiento

jueves 2 de julio de 2026



La patronal estadounidense Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA) informó este martes, 30 de junio, de que el mercado de vino y espirituosos en Estados Unidos mantuvo en mayo una pauta muy parecida a la de los últimos meses. Los datos de su

plataforma SipSource muestran que las depleciones acumuladas a 12 meses, una medida que sigue la salida de producto desde mayoristas hacia el mercado, apenas variaron respecto al mes anterior. El balance general sigue en negativo, pero la organización aprecia una cierta estabilización al inicio de la campaña de verano.

La actualización llega después de un abril con poca actividad y apunta a un mayo con algo más de movimiento, sobre todo en el consumo en hostelería. Según WSWA, el canal on-premise, que incluye bares y restaurantes, volvió a rendir mejor que el off-premise, formado por tiendas y otros puntos de venta para consumo fuera del local. Esa diferencia se repite tanto en vino como en espirituosos y confirma que una parte del gasto del consumidor sigue orientada a experiencias sociales fuera de casa.

En vino, la distancia entre ambos canales fue amplia. WSWA cifra en 660 puntos básicos la ventaja del on-premise sobre el off-premise en las tendencias de volumen del último periodo de 12 meses. En espirituosos, esa diferencia fue de 340 puntos básicos. La asociación interpreta que la evolución del mercado depende menos de una mejora general por categorías y más del lugar donde el consumidor decide comprar.

El informe también recoge una mejora moderada en la distribución del vino. Los llamados Points of Distribution, o POD, siguieron en terreno negativo, pero con una caída menor que hace un año. En mayo, los POD del vino se situaron en -3,9%, lo que supone una mejora interanual de 30 puntos básicos. En espirituosos, el dato fue de -2,4%, con una mejora de 100 puntos básicos frente a mayo de 2025. Aunque fabricantes y distribuidores siguen ajustando surtidos y los minoristas mantienen criterios estrictos sobre el espacio en lineal, WSWA considera que la pérdida de distribución se está frenando.

La organización también señala que el segmento off-premise continúa débil y que su recuperación será básica para cambiar el tono general del mercado. No es un asunto menor para el sector de bebidas, porque la mayor parte del volumen de vino, cerveza y destilados se vende fuera de bares y restaurantes. Si esa demanda no mejora, puede haber efectos sobre inventarios, política comercial y precios según el canal.

En su comunicación, WSWA habla de un optimismo prudente para los meses de verano. Entre los factores que pueden ayudar cita un calendario más favorable, con un día adicional de envíos en junio frente al mismo mes del año anterior, una demanda estacional más activa y comparaciones interanuales más fáciles, sobre todo para el vino. También menciona que la actividad ligada al Mundial de fútbol puede aportar tráfico extra a bares y restaurantes durante las próximas semanas.

Por categorías, SipSource observa algunos focos con mejor comportamiento. En vino, Sauvignon Blanc registró un aumento del 2,6% en ingresos durante los últimos tres meses analizados. Los espumosos también mantuvieron buen tono en mayo, con ventas sólidas en Prosecco y Champagne. Pinot Noir perdió algo de fuerza tras dos meses anteriores más favorables. En espirituosos, Bourbon mostró una mejora gradual y redujo su caída hasta el -1,4% en ingresos durante el último trimestre móvil. Tequila Reposado tuvo un mayo más flojo después del avance visto en marzo y abril.

La asociación añade que hay interés del consumidor por categorías de vino premium y por una oferta más variada. Al mismo tiempo, reconoce que las ventas fuera del local siguen afectadas por cambios en los hábitos de compra y por la presión inflacionista sobre el gasto doméstico. En ese escenario, distribuidores y comercios están adaptando sus decisiones comerciales para aprovechar mejor los picos estacionales de demanda.

El informe sitúa así al mercado estadounidense en una fase de mayor previsibilidad que hace unos meses, aunque todavía sin señales claras de vuelta al crecimiento general. Para bodegas, grupos de espirituosos y empresas con presencia en ese país, la lectura es relevante porque Estados Unidos sigue siendo uno de los grandes termómetros del negocio internacional de bebidas alcohólicas. La diferencia entre hostelería y retail puede condicionar lanzamientos, promociones y asignación de stock durante el verano.

WSWA insiste en que la mejora parcial vista en mayo no cambia por sí sola la tendencia negativa acumulada. Lo que sí muestra, según sus datos, es un mercado menos volátil que entra en la temporada estival con mejores comparaciones estadísticas y con algunos segmentos capaces de sostener las ventas. La evolución del consumo fuera del hogar seguirá siendo uno de los indicadores más observados durante las próximas semanas, pero el giro completo del mercado dependerá en buena medida de que las

compras para consumo doméstico recuperen pulso.