vinetur

El Mundial dispara un 15,4% las ventas de cerveza en la hostelería de Estados Unidos

Los estados con partidos lideran el repunte mientras los estadios elevan sus ventas un 22%

lunes 13 de julio de 2026



Las ventas de cerveza en la hostelería de Estados Unidos han subido durante el Mundial de fútbol de 2026, con un avance más intenso en los mercados que acogen partidos. Los datos difundidos por el Beer Institute indican que los locales del canal on-

trade, como bares, restaurantes, pubs y taprooms, registran un aumento del 15,4% en los estados anfitriones del torneo.

La misma organización señala que, si se toma el conjunto del país, las ventas de cerveza en ese canal avanzan un 5,5%. El repunte llega en un momento útil para el sector cervecero estadounidense, que venía de varios años de caída en volumen, y también da aire a la hostelería ligada a las retransmisiones deportivas y a las reuniones de aficionados.

Brian Crawford, presidente y consejero delegado del Beer Institute, afirmó que el torneo está reuniendo a seguidores de muchos países en bares, estadios y hogares, y que la cerveza sigue siendo la bebida elegida por muchos consumidores para acompañar esos encuentros. La patronal vincula esa mejora al efecto del campeonato sobre el consumo fuera del hogar.

Uno de los movimientos más claros se ve en la cerveza de grifo. Según el Beer Institute, los mercados anfitriones anotan una subida del 14,21% en las salidas de barriles por línea de grifo. En las zonas no anfitrionas, ese avance es del 6,21%. La diferencia apunta a un mayor tirón en las ciudades y estados donde se celebran partidos y donde se concentran más reuniones para seguir los encuentros.

El impulso no se limita a la cerveza servida en grifo. La cerveza envasada, tanto en botella como en lata, aumenta un 19,2% en los estados anfitriones. A su vez, las ventas dentro de los estadios suben un 22%, pese a que los precios se sitúan entre 15 y 20 dólares por unidad, una franja superior a la que muchos visitantes pagan habitualmente en otros países.

El efecto del Mundial también se deja notar fuera de las sedes oficiales. El Beer Institute indica que incluso los estados sin partidos están viendo una mejora en la facturación total de bebidas, con avances de entre el 1% y el 3%, impulsados por la afluencia de aficionados a bares deportivos locales para ver los encuentros. Para distribuidores, fabricantes y operadores hosteleros, esta evolución puede servir como referencia inmediata para ajustar inventarios, reforzar suministros y organizar plantillas mientras dure el torneo.

Entre los casos concretos figura Massachusetts. Durante las primeras semanas del campeonato, bares y restaurantes del estado registraron un aumento aproximado del 27,5% en ventas. En Boston, la llegada de aficionados escoceses elevó la demanda hasta el punto de que algunos establecimientos tuvieron que pedir envíos extraordinarios de cerveza para el fin de semana. The Drinks Business cita el caso del Sam Adams Downtown Taproom como uno de los locales que recurrieron a ese refuerzo para mantener el servicio.

California también aparece entre los territorios con mejor comportamiento comercial durante el torneo. Los partidos disputados en el SoFi Stadium y en el Levi’s Stadium han contribuido a elevar las ventas on-trade de cerveza un 17,9% en el estado, según los datos recogidos por el Beer Institute.

En Filadelfia, donde se han celebrado seis partidos del Mundial, los aficionados consumieron más de 290.000 cervezas mientras seguían las celebraciones vinculadas al campeonato. Esa cifra da una idea del volumen adicional que puede mover un gran evento deportivo cuando coincide con una red amplia de bares, restauración y recintos deportivos.

La patronal cervecera considera que el torneo seguirá siendo un motor de negocio durante las próximas jornadas, ya que aún quedan partidos por disputarse. Si la tendencia se mantiene, el Mundial puede prolongar durante varias semanas este empuje sobre la cerveza y sobre otros ingresos ligados al consumo en hostelería.