vinetur

El Mundial da oxígeno a la cerveza en Estados Unidos tras años de caída

Las cerveceras confían en que el torneo prolongue el repunte y reactive una categoría presionada por nuevos hábitos

viernes 17 de julio de 2026



El Mundial de fútbol está dando un respiro a las ventas de cerveza en Estados Unidos en un momento en el que el consumo lleva años a la baja. Según informa Associated Press, las cerveceras confían en que el tirón del torneo no se limite a unas semanas y

ayude a sostener parte de la demanda después del verano.

El repunte llega por una vía conocida para el sector: los grandes eventos deportivos elevan el consumo en bares, restaurantes y reuniones en casa. En este caso, el efecto tiene valor añadido para las compañías porque coincide con una etapa de menor consumo de alcohol entre muchos estadounidenses y con un cambio de hábitos que favorece otras categorías.

La cerveza sigue siendo una de las bebidas alcohólicas más extendidas del país, pero su peso pierde terreno desde hace tiempo. A la vez, las referencias sin alcohol ganan espacio en lineales y cartas, aunque todavía representan una parte pequeña del negocio total. Ese cruce entre picos puntuales de demanda y una tendencia de fondo más débil obliga a fabricantes y distribuidores a ajustar inventarios, precios y surtido entre cerveza tradicional y opciones ligadas al consumo moderado.

Las empresas del sector esperan que la exposición del Mundial sirva para atraer compras repetidas más allá del torneo, sobre todo entre consumidores que vuelven a reunirse para ver partidos y entre marcas que buscan reforzar su presencia en hostelería. El movimiento también se sigue de cerca porque puede ofrecer pistas sobre si los grandes acontecimientos deportivos aún tienen capacidad para reactivar una categoría madura en el mercado estadounidense.

El avance de la cerveza sin alcohol forma parte de ese cambio. Aunque su cuota sigue siendo reducida, su presencia es cada vez mayor en Estados Unidos, impulsada por consumidores que quieren mantener el sabor de la cerveza sin beber alcohol o reducir su ingesta. Para las cerveceras, eso abre una segunda vía de crecimiento dentro de una categoría que ya no depende solo del producto tradicional.

El comportamiento de las ventas durante el Mundial puede influir en decisiones comerciales para los próximos meses. Si el aumento se mantiene tras el torneo, las compañías tendrían una señal útil para planificar producción y promociones. Si se queda en un repunte puntual, confirmaría que los grandes campeonatos siguen siendo eficaces para elevar el consumo a corto plazo, pero no bastan por sí solos para cambiar la trayectoria del mercado en Estados Unidos.