vinetur

Las bebidas espirituosas encadenan caídas con un retroceso del -3,8% en facturación en Estados Unidos

NielsenIQ atribuye el 91% del descenso a una demanda más débil

miércoles 12 de agosto de 2026



Las bebidas espirituosas siguieron con caídas en las cuatro semanas cerradas el pasado 1 de agosto en EEUU, de acuerdo con los datos de NielsenIQ sobre el pulso del alcohol. La facturación del conjunto de la categoría bajó un -3,8% y el volumen

retrocedió un -4,2%. La firma atribuye el 91% del descenso a una demanda más débil y a factores adversos en el conjunto del mercado, aunque parte de esa bajada quedó compensada por la distribución y la actividad promocional.

En términos semanales, las ventas de espirituosos sumaron 512,7 millones de dólares, un -0,2% menos que en la semana cerrada el 25 de julio. NielsenIQ señala que el verano sigue aportando algo de apoyo en determinadas ocasiones de consumo, pero añade que la categoría aún no ha recuperado el ritmo que había mostrado al inicio de la temporada.

Entre las principales familias de producto, el comportamiento fue desigual. El whisky registró la mayor caída, con un descenso del -4,9% en facturación y del -6,0% en volumen. El vodka también cerró el periodo en negativo, con una bajada del -4,2% en ventas en dólares y del -4,5% en volumen.

El tequila presentó una evolución más favorable que el resto de grandes categorías. Sus ventas en dólares cedieron un -1,6%, mientras que el volumen avanzó un +1,1%, lo que lo situó cerca del terreno positivo también en facturación. La categoría de espirituosos sin alcohol fue la que mejor evolucionó en el periodo, con un aumento del +25,7% en ventas en dólares y del +29,5% en volumen.

El resto de segmentos de espirituosos mantuvo una trayectoria a la baja. En ese grupo, que incluye brandy, coñac, cordiales, ginebra, alcohol de grano y ron, la facturación cayó un -3,9% y el volumen bajó un -4,8%. El análisis de NielsenIQ se refiere al total de espirituosos excluidos los cócteles preparados.

Por fabricantes, Diageo siguió en primer lugar por facturación, aunque con una caída del -8,0% y un descenso de 106,3 mil cajas. Sazerac ocupó la segunda posición y fue una de las pocas grandes compañías en positivo, con un alza del +4,6% y 29,9 mil cajas más. Bacardi fue tercera, con un retroceso del -2,0% y 15,7 mil cajas menos. Fifth Generation quedó en cuarta posición, con un avance del +3,6% y 3,8 mil cajas adicionales. El quinto puesto correspondió a Suntory, que redujo sus ventas un -6,6% y perdió 45,5 mil cajas.

Si se observa solo la evolución de la facturación, Sazerac encabezó las subidas entre los fabricantes con un +4,6%, por delante de Fifth Generation, con +3,6%. Constellation registró un +26,0% y 6,5 mil cajas más. Trinchero Family aumentó un +13,1% y sumó 0,6 mil cajas. Terlato Wines cerró con un +11,4% y 0,2 mil cajas adicionales.

En marcas, Tito’s Vodka ocupó el primer puesto por ventas en dólares. La marca mejoró un +1,3% en facturación, aunque perdió 1,9 mil cajas. Crown Royal fue segunda, con una caída del -10,3% y 24,4 mil cajas menos. Don Julio se situó en tercer lugar con un -8,2% y una bajada de 9,6 mil cajas. Jack Daniel’s fue cuarta, con un descenso del -3,8% y 9,8 mil cajas menos. Fireball cerró el grupo de cabeza con un -6,5% y 19,3 mil cajas menos.

La relación de marcas con mayor avance en facturación la encabezó W.L. Weller, con un salto del +172,5% y 13,4 mil cajas más. Lunazul Tequila subió un +24,0% y añadió 17,1 mil cajas. Lalo Tequila avanzó un +48,9% con 5,6 mil cajas adicionales. Svedka creció un +14,2% y sumó 33,7 mil cajas. Sarti Cordial figuró también entre las marcas con mejor evolución, sin dato comparable de ventas en dólares y con 6,2 mil cajas más.