vinetur

Los destilados ya rozan a la cerveza en las preferencias de alcohol en Estados Unidos

Gallup cifra esta categoría en el 32%, a cuatro puntos del liderazgo cervecero

viernes 21 de agosto de 2026



Los destilados siguen ganando terreno en las preferencias declaradas de los consumidores de alcohol en Estados Unidos. Un estudio de Gallup difundido este jueves, 20 de agosto, sitúa en el 32% la proporción de adultos que afirma que esa es la bebida alcohólica que toma con mayor frecuencia. Son 12 puntos porcentuales más que en 2016, cuando la cifra rondaba el 20%.

La cerveza mantiene el primer puesto con el 36%, pero su ventaja se ha reducido con claridad en la última década. Gallup calcula que esta categoría ha perdido siete puntos porcentuales en el mismo periodo, lo que supone pasar de cerca del 43% en 2016 al 36% actual. La distancia entre cerveza y destilados queda así en cuatro puntos, muy por debajo de los más de 20 puntos que separaban a ambas categorías hace diez años.

Los datos proceden de una encuesta sobre hábitos de consumo realizada en Estados Unidos del 1 al 19 de julio. El indicador mide preferencia declarada por categoría: pregunta qué tipo de bebida dice consumir con mayor frecuencia cada encuestado. No es una medición de ventas, litros consumidos, precios ni cuota comercial, por lo que no debe interpretarse como una fotografía directa del negocio en tiendas, bares o restaurantes.

El reparto por sexo muestra diferencias claras. Entre las mujeres, el 37% sitúa los destilados en primer lugar, mientras que entre los hombres lo hace el 26%. Esa brecha de 11 puntos sitúa a las consumidoras como el grupo con mayor inclinación hacia esta categoría dentro de los datos facilitados por Gallup.

La encuesta también apunta a una diferencia generacional. Entre los adultos jóvenes, los destilados están prácticamente empatados con la cerveza. Gallup no precisa en el resumen difundido la distancia exacta entre ambas categorías en ese grupo, pero sí deja claro que el reparto de preferencias es más ajustado que en el conjunto de la población adulta.

El cambio tiene interés para el sector porque se produce en Estados Unidos, el mayor mercado mundial por valor para las bebidas alcohólicas. Una variación de 12 puntos porcentuales en la bebida que los consumidores dicen tomar con más frecuencia puede condicionar decisiones sobre surtido, promociones y lanzamientos. También puede alterar la forma en que las marcas reparten su inversión entre categorías y públicos.

Gallup enmarca este avance relativo de los destilados en un momento de menor participación en el consumo de alcohol entre los estadounidenses. Es decir, la categoría gana peso dentro del grupo de quienes sí beben o declaran beber, pero eso no implica por sí mismo que aumente el número total de consumidores ni que suban las ventas.

La lectura de la encuesta exige, por tanto, separar dos planos. Por un lado, muestra qué bebida ocupa más veces el primer puesto en el consumo habitual de cada persona. Por otro, no mide cuánto gasta ese consumidor, cuántas unidades compra ni qué volumen bebe de cada categoría. Un mismo encuestado puede seguir consumiendo cerveza, vino y destilados, aunque solo una de ellas sea la que menciona como la más frecuente.