vinetur

Los cócteles en lata sostienen las ventas de destilados en EEUU pese a la caída del 2,2% en valor

Los cócteles preparados sostienen casi en solitario un mercado con retroceso anual en volumen y valor

miércoles 2 de septiembre de 2026


JACK DANIEL'S
OLD No 7 BRAND
TENNESSEE WHISKEY
MIXED WITH
Coca-Cola
Alc. 5% Vol. 330ml
JIM BEAM
COLA
KENTUCKY STRAIGHT
BOURBON
WHISKEY
& COLA
330 ml
alc. 4.5%
Alc. ICE TEA
НОВИНКА

Las ventas de destilados en los estados y jurisdicciones de control de Estados Unidos cerraron julio con una ligera subida del volumen, pero con menos ingresos en caja. La National Alcohol Beverage Control Association (NABCA) informó este miércoles, 2 de septiembre, de que el mercado movió 5.538.845 cajas equivalentes de nueve litros, un 0,3% más que en el mismo mes de 2025. Al mismo tiempo, el valor de las ventas a precios de estantería bajó un 2,2%, hasta 1.143,1 millones de dólares.

La distancia entre ambas tasas dejó un efecto de precio y mezcla del -2,5%. En la práctica, eso significa que se vendió algo más de producto, pero a menor valor por cada unidad equivalente. El comportamiento del mes, por tanto, no cambió la línea de fondo del negocio, que sigue en terreno negativo cuando se mira un periodo más largo.

Entre agosto de 2025 y julio de 2026, el volumen acumulado fue de 60,40 millones de cajas de nueve litros, un 0,6% menos que en los doce meses anteriores. El valor bajó un 2,6%, hasta 13.052,4 millones de dólares. NABCA sitúa el efecto de precio y mezcla de ese periodo en torno al -2,0%. A partir de los porcentajes publicados por la asociación, la pérdida equivale de forma aproximada a 365.000 cajas de nueve litros y a unos 348 millones de dólares frente al periodo móvil anterior, con el matiz de que esa estimación parte de tasas redondeadas.

NABCA atribuye parte del resultado de julio a factores concretos en algunos mercados. Michigan tuvo cuatro días de venta menos que un año antes. Utah cambió el modelo de sus tiendas de agencia, que dejaron la compra mayorista tradicional y pasaron a un sistema basado en transferencias. En sentido contrario, la promoción Summertime Bonus Card Bonanza de New Hampshire dio un impulso claro al mes y favoreció también a categorías como el whisky escocés y el tequila.

El principal apoyo del mercado volvió a estar en los cócteles preparados, impulsados por los productos listos para beber en lata. Esa categoría alcanzó 771.634 cajas de nueve litros, un 19,5% más que un año antes, y 58,95 millones de dólares, un 18,5% más. Ninguna otra familia de gran tamaño avanzó a ese ritmo. Ese tirón permitió compensar parte de las bajadas registradas en vodka, whisky estadounidense, ron, ginebra, brandy y coñac y whisky canadiense.

La mejora de los cócteles no es solo mensual. En los doce meses móviles sumaron 5,94 millones de cajas y 492,13 millones de dólares, con un aumento del 23,7% tanto en volumen como en valor. De hecho, son una de las pocas categorías que mejoran al mismo tiempo en ambas variables en la comparación anual larga.

El vodka siguió como la mayor categoría del mercado por volumen y también por valor. En julio vendió 1,62 millones de cajas de nueve litros y generó 246,56 millones de dólares. Aun así, retrocedió un 2,2% en volumen y un 3,4% en valor. El whisky estadounidense ocupó el segundo puesto por volumen, con 828.733 cajas, y el tercero por ingresos, con 234,01 millones de dólares, tras caer un 3,6% y un 3,5%, respectivamente. Entre ambas categorías reunieron más del 44% del volumen total del mes.

El tequila ofreció una evolución distinta. Sus ventas subieron un 3,1% en volumen, hasta 701.697 cajas, pero bajaron un 1,6% en valor, hasta 236,16 millones de dólares. Quedó así como la segunda categoría por ventas en dólares, muy cerca del vodka, aunque con una presión clara sobre el precio y la mezcla. En los doce meses móviles avanzó un 1,6% en volumen y retrocedió un 2,4% en valor, con un efecto de precio y mezcla del -4,0%, el más bajo entre las categorías de mayor tamaño que recoge la tabla de NABCA.

El whisky escocés también mejoró en volumen en julio, con un alza del 3,2%, hasta 79.075 cajas, mientras el valor apenas subió un 0,1%, hasta 32,28 millones de dólares. NABCA vincula parte de ese resultado a la promoción de New Hampshire. Los licores y cordiales aumentaron un 1,1% en volumen y un 1,6% en valor, hasta 379.008 cajas y 83,27 millones. El whisky irlandés sumó un 0,4% en volumen, aunque su valor cedió un 0,2%. La cachaça, desde una base muy pequeña, avanzó un 10,9% en volumen y un 11,8% en valor.

En el lado contrario, el whisky canadiense sufrió la mayor bajada entre las categorías medianas y grandes, con un descenso del 8,5% en volumen y del 8,4% en valor, hasta 308.382 cajas y 67,12 millones de dólares. NABCA precisa que esa categoría cayó en todos los estados de control. El brandy y el coñac perdieron un 6,4% tanto en volumen como en valor. La ginebra bajó un 5,2% en volumen y un 4,2% en valor. El ron cedió un

4,5% y un 4,9%. Los alcoholes neutros de grano bajaron un 1,7% y un 2,9%, y el grupo de otros destilados importados cayó un 2,1% en volumen y un 4,9% en valor.

La foto de los doce meses móviles refuerza la dependencia del mercado respecto a los cócteles preparados. Solo los cócteles, el tequila y la cachaça aumentaron su volumen, y únicamente los cócteles y la cachaça mejoraron también en valor. El whisky canadiense acumuló descensos del 7,4% en volumen y del 7,9% en valor; el brandy y el coñac, del 6,5% y del 7,5%; el ron, del 5,7% y del 5,9%; y el whisky escocés, del 5,0% y del 6,1%. El vodka, pese a seguir en cabeza, bajó un 1,9% en volumen y un 2,8% en valor, mientras el whisky estadounidense cedió un 2,8% y un 2,1%.

Los licores y cordiales tampoco trasladaron a la serie anual la mejora de julio. En los doce meses móviles su volumen cayó un 0,8% y su valor un 1,2%. El whisky irlandés perdió un 4,4% en volumen y un 4,9% en valor, la ginebra un 4,5% y un 3,4%, y los alcoholes neutros de grano un 3,1% y un 3,4%. El grupo de otros destilados importados registró recortes del 6,2% en volumen y del 7,2% en valor.

La concentración del negocio ayuda a entender por qué los cambios en pocas categorías pesan tanto en el resultado total. Vodka, tequila y whisky estadounidense aportaron juntos el 62,7% del valor vendido en julio en los mercados analizados por NABCA y el 56,8% del volumen. Si se añaden los cócteles, esas cuatro categorías sumaron el 70,7% de las cajas de nueve litros y el 67,9% de los dólares vendidos. En el caso de los cócteles, su cuota de volumen, cerca del 13,9%, es mucho mayor que su peso en ingresos, del 5,2%.

Por territorios, New Hampshire encabezó el avance de julio con una subida del 21,5% en volumen y del 21,1% en valor, hasta 276.954 cajas y 52,06 millones de dólares. Carolina del Norte elevó el volumen un 9,3%, hasta 764.593 cajas, y el valor un 1,4%, hasta 159,39 millones. Alabama ganó un 6,8% en volumen y un 2,1% en valor. Fueron las únicas jurisdicciones incluidas en la tabla que mejoraron a la vez en ambas variables.

El condado de Montgomery, Oregón, Pensilvania y Virginia también vendieron más volumen, pero con menos valor. El condado de Montgomery subió un 1,8% en cajas y bajó un 3,1% en dólares. Oregón ganó un 1,8% en volumen y perdió un 0,1% en valor;

Pensilvania avanzó un 0,2% y retrocedió un 0,3%; y Virginia aumentó un 1,5% en volumen, aunque cedió un 1,2% en valor.

Michigan registró la mayor reducción del mes entre los grandes mercados, con un 10,5% menos de volumen y un 11,3% menos de valor, hasta 760.155 cajas y 177,21 millones de dólares. Utah bajó un 7,4% en volumen y un 10,9% en valor. Wyoming retrocedió un 5,2% y un 8,0%, Mississippi un 4,9% y un 6,6%, y Montana un 2,9% y un 9,3%. Las separaciones más amplias entre la variación de volumen y la de valor aparecieron en Carolina del Norte, Montana, el condado de Montgomery, Virginia Occidental y Utah.

El deterioro es más claro cuando se amplía el foco a los doce meses móviles. Ninguna de las jurisdicciones recogidas por NABCA logró aumentar el valor acumulado de sus ventas de destilados. Carolina del Norte y el condado de Montgomery elevaron el volumen un 3,1%, pero el valor bajó un 1,2% y un 3,8%, respectivamente. Mississippi subió un 2,2% en volumen y perdió un 0,8% en valor; Alabama avanzó un 1,9% y bajó un 0,9%; Pensilvania aumentó un 0,5% y cedió un 1,6%; Utah ganó un 0,4% y cayó un 3,1%; y Virginia quedó casi plana en volumen, con un -0,3%, mientras su valor descendió un 1,8%.

New Hampshire, pese al fuerte resultado de julio, seguía en negativo en la serie de doce meses, con un -0,1% en volumen y un -0,6% en valor. Michigan acumuló descensos del 3,1% y del 4,8%, Ohio del 3,2% y del 3,9%, Maine del 3,0% y del 3,8%, y Oregón del 2,3% y del 3,8%. Idaho mostró una pauta distinta, con un volumen un 2,8% menor y un valor un 2,1% inferior, una caída más moderada en dólares que en unidades equivalentes.

La hostelería repitió en julio la misma separación entre cajas vendidas e ingresos. En bares, restaurantes y otros locales de consumo, el volumen de destilados subió un 0,2%, hasta 837.888 cajas de nueve litros, mientras el valor bajó un 2,5%, hasta 196,11 millones de dólares. En los doce meses móviles, ese canal acumuló un aumento del 0,5% en volumen y una reducción del 1,7% en valor, con un efecto de precio y mezcla del -2,2%.

Carolina del Norte lideró también la hostelería, con un 12,5% más de volumen y un 2,1% más de valor en julio. Utah avanzó un 4,8% y un 2,7%; Alabama, un 3,1% y un 1,5%; Idaho, un 0,9% y un 1,0%; y Virginia, un 1,2% y un 0,3%. El condado de Montgomery incrementó un 5,4% el volumen, aunque su valor bajó un 1,0%, mientras Pensilvania ganó un 1,2% en cajas y perdió un 0,8% en dólares.

Mississippi sufrió en hostelería una caída del 22,3% en volumen y del 20,5% en valor. Michigan bajó un 7,8% y un 9,3%; Wyoming, un 6,6% y un 9,0%; y New Hampshire, pese al fuerte aumento de sus ventas totales, perdió un 1,9% en volumen y un 6,7% en valor en este canal. En la serie de doce meses, Alabama, Idaho y Carolina del Norte fueron los únicos mercados de hostelería incluidos en la tabla que mejoraron al mismo tiempo en volumen y valor.