vinetur

Las ventas minoristas de alcohol en Estados Unidos siguen estancadas con una caída del 3,3%

El volumen baja un 5,2% en el canal fuera de la hostelería hasta 165,7 millones de cajas

lunes 7 de septiembre de 2026



Las ventas de bebidas alcohólicas en el canal minorista fuera de la hostelería en Estados Unidos siguen sin mostrar una mejora clara. La firma de investigación de mercados NIQ informó el pasado 3 de septiembre de que la evolución del sector se mantuvo “estancada” en las semanas previas al cierre de agosto, de acuerdo con sus escáneres semanales.

En el periodo de cuatro semanas cerrado el 22 de agosto, las ventas totales en valor de las categorías de bebidas alcohólicas medidas por NIQ en el canal off-premise cayeron un 3,3% interanual y se situaron en 8.400 millones de dólares. Al mismo tiempo, el volumen bajó un 5,2% frente al mismo tramo del año anterior, hasta 165,7 millones de cajas.

La lectura de NIQ apunta, por tanto, a un mercado que pierde tracción tanto en facturación como en unidades, con un retroceso más acusado en volumen que en valor. En este tipo de categorías, esa diferencia suele reflejar que la caída de las compras en cantidad es mayor que la del gasto total, algo que puede estar relacionado con precios medios más altos o con cambios en la mezcla de productos adquiridos por los consumidores.

Los datos se refieren al canal off-premise, es decir, a las ventas realizadas para consumo fuera del establecimiento, como supermercados, tiendas de conveniencia, grandes superficies y comercios especializados. Se trata de una referencia habitual para medir la demanda minorista de cerveza, vino y destilados, ya que deja fuera bares, restaurantes y otros puntos de consumo inmediato.

Para fabricantes, distribuidores y cadenas de alimentación, esta fotografía del mercado puede servir para ajustar reposición, surtido y promociones por categorías. Si el consumo fuera de la hostelería permanece plano o a la baja durante varias semanas, las empresas del sector suelen revisar con más atención qué segmentos resisten mejor, qué formatos rotan menos y dónde conviene ajustar inventario.

La cifra de 8.400 millones de dólares en ventas durante cuatro semanas muestra que el mercado mantiene una base de gasto muy amplia, pero el descenso interanual confirma que el consumo no recuperó impulso en la recta final de agosto. El retroceso hasta 165,7 millones de cajas añade otra señal de debilidad en la demanda, ya que

apunta a una menor salida de producto en los lineales.

NIQ no presentó en estos datos un desglose adicional por grandes categorías dentro del alcohol, pero la tendencia general ofrece una señal útil para todo el sector de bebidas. Cuando el seguimiento semanal refleja estancamiento en el canal minorista, la lectura suele trasladarse a decisiones comerciales de corto plazo, desde el ritmo de reposición hasta la planificación promocional para cerveza, vino y licores en las semanas siguientes.