vinetur

# El vino resiste mejor que los espirituosos en un mercado estadounidense todavía en retroceso

El vino suaviza su descenso con mejores datos en espumosos y botellas caras

martes 15 de septiembre de 2026



El mercado de vino y bebidas espirituosas de Estados Unidos siguió a la baja en julio, pero los dos negocios ya no evolucionan igual. Los datos de SipSource publicados el pasado 9 de septiembre muestran una caída general de ventas, aunque con una diferencia cada vez más clara: el vino da señales de mejora y las bebidas espirituosas pierden más ingresos, sobre todo en las gamas altas.

En el conjunto del mercado, el volumen de vino y bebidas espirituosas cayó un 6,8% en los últimos 12 meses y la facturación retrocedió un 6,1%. Si se mira solo el último trimestre móvil, el volumen bajó un 6,2% y los ingresos volvieron a caer un 6,1%. A primera vista, la evolución parece estable, pero al separar ambas categorías aparecen trayectorias distintas.

SipSource sitúa la mayor debilidad en las bebidas espirituosas. En los tres últimos meses, su volumen descendió un 5,7%, mientras que la facturación cayó un 7,1%. El deterioro fue mayor que en junio: los ingresos empeoraron 1,3 puntos porcentuales. Para la firma, esa diferencia entre volumen e ingresos apunta a una mayor presión sobre los productos de precio alto y a una demanda más orientada al valor.

Esa lectura se repite al analizar los tramos de precio. Todos los segmentos de bebidas espirituosas registran ya descensos de facturación superiores al 5%. La franja de 50 a 99,99 dólares cae un 9,5%, y el conjunto de las botellas por encima de 50 dólares retrocede un 8,9%. El ajuste, por tanto, pesa más en las referencias de mayor precio que en las más accesibles.

El vino sigue en negativo, pero la serie reciente es menos dura. En el último trimestre móvil, el volumen bajó un 6,8%, lo que supone una mejora de 1,1 puntos respecto a junio, y los ingresos cedieron un 4,2%. SipSource señala además que la evolución mejora a partir de los 16 dólares y que el vino de más de 50 dólares logró subir un 0,9% en facturación en los últimos 12 meses. Esa cifra contrasta con lo que ocurre en las bebidas espirituosas del mismo nivel de precio.

También aparecen focos de avance dentro del vino. En los tres últimos meses, la facturación del champán subió un 14,7%, la del prosecco avanzó un 10,2% y la del sauvignon blanc creció un 3,2%. Son tres señales que apuntan a una demanda más resistente en espumosos y en algunas variedades concretas, pese al descenso general

del mercado.

Otro punto común entre vino y bebidas espirituosas es el mejor comportamiento del consumo en hostelería frente al canal minorista. El volumen total vendido para consumo en bares y restaurantes cayó un 2,8% en los últimos 12 meses, mientras que en tiendas y supermercados el retroceso fue del 7,5%. La diferencia es amplia y sugiere que la salida fuera del hogar aguanta mejor que la compra para consumo doméstico.

La comparación entre categorías deja una lectura clara. En las bebidas espirituosas, la caída de los ingresos es más intensa que la del volumen, lo que suele indicar más dificultad para vender referencias caras o una mezcla de ventas con más peso de productos baratos. En el vino sucede lo contrario: aunque el volumen sigue cediendo, los ingresos resisten mejor y algunas franjas de precio alto mantienen terreno.

SipSource plantea así una segunda mitad de 2026 marcada por esa separación entre ambos negocios. En las bebidas espirituosas, la referencia estará en si logran frenar la pérdida de valor y recuperar algo de tracción en las botellas de precio alto. En el vino, la atención se dirige a si puede mantener la mejora reciente y apoyarse en el mejor tono de espumosos y gamas altas.