vinetur

Los espirituosos fueron la categoría de alcohol que más creció en Estados Unidos por Labor Day

En tiendas para consumo fuera del local, sus ventas subieron un 4,5% en valor

miércoles 16 de septiembre de 2026



Las ventas minoristas de espirituosos para consumo fuera del local en Estados Unidos subieron un 4,5% en valor en las dos semanas festivas de 2026 ligadas a Labor Day, en comparación con el mismo periodo de 2025, de acuerdo con los registros semanales de Circana conocidos este lunes, 14 de septiembre. La medición se refiere a ventas en dólares en los establecimientos que sigue esa firma y sitúa a los destilados como la categoría alcohólica con mejor evolución en esa ventana comercial.

El dato tiene interés porque llega en un momento de menor tono en el mercado estadounidense de bebidas alcohólicas. En ese escenario, el repunte de los espirituosos en una ocasión de consumo tan relevante como Labor Day apunta a una mayor capacidad de la categoría para mantener gasto en fechas de fuerte actividad comercial y reuniones domésticas.

La comparación se limita al canal off-premise, es decir, el de tiendas y cadenas de distribución en las que la compra se realiza para consumir el producto fuera del establecimiento. No incluye, por tanto, el comportamiento en bares, restaurantes o locales de ocio. Esa diferencia es importante para interpretar la cifra, porque Labor Day mueve ventas tanto en hostelería como en supermercados, licorerías y otros comercios de alimentación.

Circana mide en este caso la evolución en dólares, no en unidades físicas. La firma no ha hecho público el importe total vendido, ni el volumen, ni un reparto por grandes familias como whiskey, vodka, tequila, ron o ginebra. Esa ausencia de detalle impide saber qué parte del 4,5% procede de más demanda real y cuál responde a subidas de precios, a una cesta de compra con referencias de mayor precio o a una combinación de ambos factores.

El avance también debe leerse dentro de una fecha clave para el consumo en Estados Unidos. Labor Day, que marca el final simbólico del verano, suele concentrar reuniones en casa, barbacoas, desplazamientos y compras para varios días, lo que convierte esas dos semanas en una referencia útil para medir el pulso de las bebidas alcohólicas en el canal minorista.

Sin cifras públicas de las demás categorías, más allá de que los espirituosos fueron los que mejor se comportaron en ese tramo, no es posible precisar la distancia exacta frente a cerveza o vino. Aun así, el 4,5% permite ver que los destilados lograron ganar valor en una de las citas comerciales más observadas del calendario estadounidense.

La lectura del dato exige, en cualquier caso, cierta cautela. Un alza en ventas en dólares no equivale de forma automática a una subida del consumo en litros o botellas. En bebidas alcohólicas, los cambios de precio, las promociones, el peso de formatos grandes o pequeños y la preferencia por marcas de mayor precio pueden alterar de forma clara el resultado en valor.

Por eso, el dato conocido este lunes, 14 de septiembre, sirve sobre todo para medir el gasto registrado por los establecimientos monitorizados por Circana en torno a Labor Day. A falta de información pública sobre volumen e importes absolutos, la foto disponible muestra una mejora de los espirituosos en caja, pero no permite determinar con precisión qué parte del avance responde a precios y qué parte a ventas físicas.