vinetur

El vino minorista en Estados Unidos sigue a la baja pese al repunte puntual de Labor Day

Las ventas ceden un 3,7% en valor, un 5,1% en volumen en el balance reciente

miércoles 16 de septiembre de 2026



Las ventas minoristas de vino en Estados Unidos registraron un repunte en la última semana medida por NIQ, coincidiendo con las compras ligadas a Labor Day, pero ese avance no cambió la tendencia de fondo del mercado. En los canales off-premise que sigue la consultora, las ventas alcanzaron 376,5 millones de dólares, un 3,5% más que en la semana anterior.

Tomando esa variación como referencia, el nivel semanal previo se situaría en torno a 363,8 millones de dólares. La diferencia entre ambos periodos equivale a unos 12,7 millones más en caja en solo una semana, una mejora ligada al impulso puntual del festivo en un canal que recoge ventas para consumo fuera del establecimiento, como supermercados, licorerías y otras tiendas especializadas.

Pese a ese rebote, la comparación de más recorrido sigue siendo negativa. En las cuatro semanas terminadas este sábado, 5 de septiembre, las ventas de vino bajaron un 3,7% en valor y un 5,1% en volumen frente al mismo periodo de 2025, según los datos de NIQ. Esa doble caída apunta a una contracción del consumo físico que el aumento semanal no ha corregido.

La diferencia entre ambas tasas aporta otra lectura del mercado. Si el valor cae menos que el volumen, el ingreso medio por unidad vendida tiende a subir. A partir de esas cifras, el valor unitario agregado habría aumentado en torno a un 1,5%, un movimiento compatible con precios más altos, promociones menos intensas o una mezcla de ventas desplazada hacia referencias de mayor valor.

Esa divergencia entre valor y volumen es relevante en un mercado en el que la facturación puede resistir mejor que las unidades vendidas. No implica por sí sola que todos los vinos hayan subido de precio en la misma medida, ni permite identificar qué segmentos tiran más del ingreso, pero sí sugiere que la pérdida de volumen no se traslada de forma idéntica al valor total facturado.

NIQ limita esta actualización a dólares y variaciones porcentuales, por lo que no publicó litros, cajas ni el alcance detallado del universo analizado. Tampoco comunicó un precio medio directo. Por eso, la variación del valor por unidad es un cálculo agregado a partir de la diferencia entre la caída del 3,7% en ventas y del 5,1% en volumen.

Las cifras monetarias, además, están expresadas en términos nominales, sin ajuste por inflación. Eso significa que una parte de la resistencia del valor puede responder al nivel de precios y no necesariamente a una mejora real de la demanda. En paralelo, la caída del volumen ofrece una imagen más directa del retroceso en unidades vendidas durante el periodo analizado.

Con estos datos, el mercado estadounidense del vino mantiene una pauta de debilidad en el canal minorista controlado por NIQ. El empuje de Labor Day mejoró la comparación de una semana a otra, pero no evitó que el balance de las cuatro semanas cerradas el 5 de septiembre siguiera en negativo tanto en facturación como, con más intensidad, en volumen.