vinetur

# La cerveza centrada en el sabor mueve 1.700 millones de dólares en Estados Unidos

Este segmento crece un 4,4% frente al retroceso del 2,9% de la cerveza tradicional

martes 6 de octubre de 2026



Bump Williams Consulting sitúa en 1.700 millones de dólares las ventas acumuladas en Estados Unidos del segmento de cervezas centradas en el sabor. La firma calcula además que esa parte del negocio avanza un 4,4%, mientras la cerveza tradicional

retrocede un 2,9%.

La comparación apunta a un cambio dentro de una categoría muy asentada. Los datos no describen una salida general de consumidores fuera de la cerveza, sino un mayor interés por referencias que ponen más peso en el perfil de sabor dentro del propio mercado cervecero.

La distancia entre ambas cifras ayuda a medir el alcance del movimiento. Entre el alza del 4,4% y la caída del 2,9% hay una diferencia de 7,3 puntos porcentuales. En un mercado del tamaño del estadounidense, esa brecha convierte a este segmento en una parte del negocio con volumen suficiente para influir en decisiones comerciales.

Para fabricantes, importadores y distribuidores, el dato sugiere que aún hay margen para ganar ventas dentro de la cerveza tradicional sin depender solo de promociones o bajadas de precio. También puede tener efecto en el surtido, en el espacio asignado en tienda y en los lanzamientos de producto, al señalar que el consumidor sigue respondiendo a propuestas con un sabor más marcado.

La lectura también tiene interés para el conjunto del sector de bebidas. Si una parte de la cerveza tradicional encuentra apoyo en referencias con más personalidad gustativa, las compañías pueden buscar valor en ajustes de portafolio antes que en un cambio de categoría hacia vino, espirituosos o refrescos. No es una garantía de que esa tendencia vaya a mantenerse, pero sí una señal útil para quienes reparten inversión entre varias bebidas.

El análisis de Bump Williams Consulting matiza además la imagen de una categoría uniforme. Cuando el total pierde ritmo, los movimientos internos ganan peso. Por eso, un segmento que sube dentro de un mercado que baja suele atraer más atención de cadenas, mayoristas y grupos cerveceros.

La cifra de 1.700 millones de dólares muestra que no se trata de un nicho marginal. Con ese tamaño y un avance del 4,4%, el sabor aparece como una de las vías con mejor comportamiento dentro de la cerveza tradicional en Estados Unidos, al menos frente al retroceso del 2,9% que registra el conjunto más convencional de la categoría.