vinetur

Las ventas minoristas de alcohol en Estados Unidos empeoran por la caída de la cerveza

Con un volumen un 2,8% menor, los cócteles listos para beber pierden fuelle

martes 6 de octubre de 2026



Las ventas minoristas de bebidas alcohólicas en Estados Unidos empeoraron durante el tercer trimestre, arrastradas por una caída más rápida de la cerveza y por la pérdida de ritmo de los cócteles listos para beber. La firma de análisis Circana informó este martes, 6 de octubre, de que en las 12 semanas cerradas el 27 de septiembre, un periodo que se aproxima al tercer trimestre, la facturación total del sector en los canales que sigue cayó un 0,9% interanual, hasta casi 17.300 millones de dólares.

El retroceso fue mayor en volumen. Circana sitúa la bajada de las ventas medidas en cajas en el 2,8% respecto al mismo tramo del año anterior. La diferencia entre la evolución del valor y la del volumen sugiere que el ingreso medio por unidad fue superior al de hace un año, algo que suele ocurrir cuando las subidas de precio o un mayor peso de productos de más valor amortiguan parte de la pérdida de consumo.

La firma atribuye el empeoramiento del trimestre a dos movimientos dentro del mercado: la aceleración de las pérdidas de la cerveza y la ralentización de los RTD, la categoría de cócteles listos para beber. Por su peso dentro de la cesta de bebidas alcohólicas para consumo fuera del establecimiento, el debilitamiento de ambas áreas termina reflejándose en el resultado agregado.

Los datos corresponden al negocio minorista para consumo fuera de bares y restaurantes en Estados Unidos, dentro de los canales que Circana agrupa como multi-outlet más tiendas de conveniencia. Se trata de una referencia seguida de cerca por fabricantes, distribuidores e importadores porque permite medir con rapidez los cambios en la demanda en grandes cadenas y puntos de venta de alta rotación.

La evolución del mercado estadounidense puede influir en las previsiones de buena parte del sector de bebidas. Un enfriamiento de la cerveza y de los RTD afecta a las decisiones de producción, compras e inventario, y también puede modificar el reparto de ventas entre categorías como cerveza, destilados y otras bebidas listas para consumir.

El dato llega además en una parte del año muy observada por las compañías, ya que el consumo fuera de la hostelería tiene un peso básico en el negocio de bebidas alcohólicas en Estados Unidos. Si la cerveza mantiene esa pérdida de terreno y los RTD no recuperan ritmo, el ajuste puede trasladarse a promociones, surtido y planificación

comercial en los próximos meses.