vinetur

Halloween impulsa las ventas minoristas de alcohol en Estados Unidos

La facturación supera 1.450 millones de dólares, con un alza del 1,5% y volumen casi plano

martes 10 de noviembre de 2026



La semana de Halloween dejó una mejora para el mercado minorista de bebidas con alcohol en Estados Unidos. Los datos semanales de Circana sitúan las ventas en valor del conjunto del sector por encima de los 1.450 millones de dólares en la semana

cerrada el pasado 1 de noviembre, un 1,5% más que en el mismo periodo de 2025.

El volumen, medido en cajas vendidas, bajó un 0,2% interanual. En la práctica, el consumo quedó casi sin cambios en unidades mientras la facturación avanzó. La semana analizada incluyó el fin de semana completo de Halloween, con la celebración del 31 de octubre dentro del periodo medido.

Circana señala además que la cerveza registró crecimiento en esa misma semana. La firma de investigación sitúa así a esta categoría entre las que acompañaron el avance del conjunto de las bebidas con alcohol en los canales controlados por su panel.

El seguimiento de Circana se refiere a ventas para consumo fuera de bares y restaurantes. En ese recorte entran grandes cadenas y tiendas de conveniencia, una parte del mercado que suele captar buena parte de las compras ligadas a celebraciones en casa, reuniones y adquisiciones de última hora.

La distancia entre el dato de valor y el de volumen sugiere que el dinero ingresado por el sector avanzó más que las unidades vendidas. En este tipo de mediciones, esa diferencia puede aparecer por un mayor precio medio o por un mejor peso de productos de importe más alto, aunque Circana no atribuye el movimiento a una causa concreta.

El resultado tiene interés para fabricantes, distribuidores y cadenas porque ofrece una referencia útil para ajustar existencias, surtido y promociones en la recta final del año. En cerveza, vino y destilados, las semanas festivas suelen concentrar una parte importante de la venta minorista, de modo que un repunte en Halloween puede servir como señal de demanda para las siguientes campañas, con la cautela de que un solo periodo no basta para dar por sentado un cambio de rumbo.

La lectura también llega en un momento clave para el calendario comercial de Estados Unidos. Tras Halloween, el mercado entra en una sucesión de semanas marcadas por celebraciones y compras estacionales, de forma que cualquier mejora en el arranque puede ayudar a las empresas a calcular mejor sus necesidades para el cierre del ejercicio.

Con estos datos, Circana recoge una semana en la que el conjunto de las bebidas con alcohol volvió a terreno positivo en facturación y la cerveza acompañó esa mejora. El balance final deja un avance moderado en ventas y un volumen prácticamente plano, una combinación que el sector seguirá de cerca en las próximas semanas.