vinetur

El mercado estadounidense de vino y destilados frena su caída

Los destilados moderan el retroceso frente a un vino más débil en tiendas, supermercados y hostelería

miércoles 11 de noviembre de 2026



La Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA), la asociación de mayoristas del sector en Estados Unidos, informó este martes, 10 de noviembre, de que el mercado estadounidense de vino y destilados da señales de estabilización, aunque con una evolución desigual entre categorías, precios y canales de venta. Los datos de septiembre de SipSource recogen una caída conjunta del 6,1% en volumen y del 4,9%

en ingresos en los doce meses cerrados en ese mes.

La parte más reciente de la serie ofrece una ligera mejora. En los últimos tres meses analizados, el volumen bajó un 4,8% y la facturación cedió un 3,7%. WSWA interpreta ese movimiento como una moderación de las caídas, sobre todo en destilados, pero no como una vuelta al crecimiento.

En destilados, la corrección pierde intensidad. SipSource sitúa el descenso de los últimos tres meses en el 3,1% en volumen y en el 3,5% en ingresos. Dentro de esa mejora parcial, WSWA cita a Bourbon, Tequila-Other y U.S. Whiskey-Other entre las categorías con una trayectoria más favorable en el corto plazo.

La lectura por precio también cambia. Los destilados situados entre 20 y 29,99 dólares muestran una mejor resistencia, mientras que las referencias de 50 a 99,99 dólares siguen bajo más presión. Para la asociación, ese contraste apunta a un consumidor más selectivo en el gasto, con mayor atención al valor y al precio final de compra. La organización añade que la debilidad en los tramos altos pesa sobre la venta de productos premium y obliga a seguir de cerca cómo cambian las preferencias.

El vino mantiene un comportamiento más débil. En los últimos tres meses, el volumen cayó un 6,7% y los ingresos bajaron un 4,2%. Aun así, no todas las categorías evolucionan igual. Sauvignon Blanc y Prosecco registraron subidas de ingresos del 5,9% y del 4,8%, respectivamente. Champagne y los espumosos también muestran un mejor tono en el canal de hostelería, lo que, a juicio de WSWA, refleja la influencia del tipo de ocasión de consumo y de las preferencias del comprador.

La diferencia por nivel de precio es clara en vino. Las referencias por debajo de 13 dólares siguen con descensos fuertes, mientras que las situadas en 16 dólares o más resisten mejor en términos generales. A esa menor demanda se suma otro problema: la pérdida de puntos de distribución, es decir, menos presencia en establecimientos. WSWA señala que esa reducción afecta sobre todo a los vinos de menor precio y al canal de hostelería.

El comportamiento por canales aporta otra señal para el sector. El canal de consumo en bares y restaurantes sigue funcionando mejor que el de tiendas y supermercados, aunque ambos continúan en terreno negativo. Septiembre dejó además una mejora en la tendencia del canal de venta para consumo en el hogar, un dato relevante por el peso que tiene en el conjunto del negocio.

Esa foto del mercado llega en la antesala de la campaña de Navidad, una etapa clave para vinos, licores y otras bebidas. Para bodegas, destilerías y distribuidores, estos datos pueden servir para ajustar previsiones de cierre de año, inventarios y reparto comercial, con una cautela: que las caídas sean menores no significa que la demanda haya vuelto a crecer.

WSWA también apunta a un factor estadístico que puede suavizar las comparaciones interanuales en los próximos meses. El cuarto trimestre de 2025 fue especialmente débil, de modo que el listón de comparación es más bajo. La asociación avisa, sin embargo, de que una mejora en esa comparación no debe interpretarse como una recuperación del mercado por sí sola.