vinetur

La cerveza sin alcohol crece en Estados Unidos muy por encima de la artesanal

La brecha alcanza 13,1 puntos tras la caída del 5,6% en volumen de la cerveza artesanal

jueves 12 de noviembre de 2026



La cerveza sin alcohol mantiene en Estados Unidos un avance muy superior al de la cerveza artesanal en el canal minorista. Los datos del panel de NielsenIQ difundidos este miércoles, 11 de noviembre, sitúan el aumento interanual del volumen de la

cerveza sin alcohol en el 7,5% durante las cuatro semanas terminadas el 31 de octubre, frente a una bajada del 5,6% en la artesanal. La distancia entre ambas categorías es de 13,1 puntos porcentuales.

La diferencia también aparece en las ventas en valor, medidas en dólares estadounidenses. La cerveza sin alcohol sube el 8,9%, mientras que la artesanal retrocede el 4,1% en comparación con el mismo periodo del año anterior. NielsenIQ no aporta bases absolutas ni un acumulado anual comparable para estos segmentos, por lo que el dato permite medir la dirección del mercado, pero no el tamaño real de cada categoría en ese tramo.

La cerveza importada ofrece una imagen distinta. Sus ventas avanzan el 0,3% en valor, pero caen el 1,5% en volumen. Eso significa que la categoría ingresa algo más en caja pese a vender menos unidades o menos litros, aunque estos datos no permiten separar con precisión qué parte del movimiento responde al precio y cuál a un cambio en la mezcla de productos.

La cerveza nacional superprémium se mueve en terreno positivo en las dos variables observadas. NielsenIQ cifra su avance en el 2,3% en valor y en el 1,6% en volumen. Su evolución queda por encima de la importada en términos físicos y a gran distancia de la caída de la artesanal, aunque todavía lejos del ritmo que registra la cerveza sin alcohol.

La comparación entre los cuatro grupos dibuja un reparto desigual del crecimiento en el lineal. Solo la cerveza sin alcohol y la nacional superprémium mejoran a la vez en ventas y en volumen. La importada logra una leve subida de ingresos, pero no de volumen. La artesanal, por su parte, pierde terreno en ambas magnitudes.

La caída de la cerveza artesanal es la más intensa del cuadro comparado. Un descenso del 5,6% en volumen en un periodo de cuatro semanas la deja por detrás del resto de grandes segmentos recogidos en esta lectura de NielsenIQ. La distancia con la cerveza sin alcohol, que gana el 7,5%, refuerza la idea de que el dinamismo en las tiendas se concentra en categorías muy concretas.

En el caso de la cerveza sin alcohol, el hecho de que el valor suba más que el volumen, 8,9% frente a 7,5%, apunta a un ticket medio al alza, aunque no basta para atribuirlo a un único factor. Puede influir un ajuste de precios, un mayor peso de referencias de gama más alta o cambios en formatos y tamaños de envase. NielsenIQ no desglosa ese detalle en la información difundida.

La misma cautela vale para la cerveza importada, donde la brecha entre el 0,3% en valor y el -1,5% en volumen también obliga a leer el dato con matices. La mejora monetaria no implica por sí sola una recuperación plena del segmento, ya que la pérdida de volumen indica una salida menor de producto en el canal analizado.

Estas cifras se limitan al panel minorista de NielsenIQ y no equivalen al consumo total de cerveza en Estados Unidos. Además, el recuento deja fuera categorías que comparten espacio con la cerveza en muchos establecimientos, como la sidra, las bebidas de malta aromatizadas y el hard seltzer. Esa delimitación reduce el alcance de la comparación y exige prudencia al trasladar los resultados al conjunto del mercado de bebidas.