vinetur

Las ventas minoristas de bebidas espirituosas en Estados Unidos frenan su caída

NielsenIQ cifra el retroceso del periodo en el 1,9% en valor y el 1,4% en volumen

miércoles 18 de noviembre de 2026



Las ventas de bebidas espirituosas en el comercio minorista de Estados Unidos mejoraron su evolución en las cuatro semanas cerradas el pasado 7 de noviembre, aunque el balance siguió en terreno negativo. El informe NIQ Full View: US Spirits Pulse,

elaborado por NielsenIQ, sitúa la caída de las ventas en valor en el 1,9% y la del volumen en el 1,4%, con una evolución menos dura que la observada en el periodo anterior.

NielsenIQ atribuye el 65% de la debilidad de la categoría a la prudencia del consumidor y a la presión económica general. La firma añade que la normalización posterior a Halloween pesó en la comparación semanal, pero no borró la mejora de fondo que venía mostrando el mercado. En la primera semana de noviembre, las ventas sumaron 515,4 millones de dólares, aunque esa cifra quedó un 10,3% por debajo de la semana previa.

La consultora entiende que esa caída semanal no impide que el segmento llegue con mejor tono a la campaña navideña. El análisis se refiere al total de bebidas espirituosas, excluidos los cócteles preparados, una precisión relevante porque ese tipo de producto suele tener una dinámica distinta en precio, volumen y estacionalidad.

Por categorías, el comportamiento siguió siendo desigual entre los grandes nombres del sector. El tequila ganó fuerza y cerró el periodo con un alza del 2,3% en ventas en dólares y del 6,8% en volumen. Los espirituosos sin alcohol mantuvieron el mayor avance del panel, con subidas del 26,0% en valor y del 30,6% en volumen, además de una evolución mejor que la de la semana anterior.

El vodka se acercó al equilibrio, con una variación del -0,1% en ventas y del -0,3% en volumen. El whisky, en cambio, continuó bajo presión, con descensos del 5,0% tanto en valor como en volumen, aunque NielsenIQ aprecia un pequeño alivio en la parte de volumen frente a la semana previa. Fuera de esas familias, el grupo de otras categorías bajó un 1,9% en ventas y un 2,8% en volumen. En ese bloque se incluyen brandy, coñac, licores, ginebra, alcohol de grano y ron.

En la clasificación de fabricantes por ventas en dólares, Diageo conservó el primer puesto pese a una caída del 5,4% y a un recorte de 59.900 cajas. Sazerac ocupó la segunda posición con un avance del 5,5% y 85.400 cajas más. Bacardi quedó tercera, con una mejora del 3,8% y 12.800 cajas adicionales. Fifth Generation fue cuarta, con un aumento del 7,8% y 29.400 cajas más, y Suntory Global Spirits cerró el grupo en quinta posición, con una bajada del 5,9% y 42.700 cajas menos.

En el listado de fabricantes con mejor evolución por ventas en dólares, NielsenIQ coloca a Sazerac en primer lugar, seguida de Fifth Generation, Bacardi, Constellation y Heaven Hill. Sazerac avanzó un 5,5% y añadió 85.400 cajas. Fifth Generation subió un 7,8% y sumó 29.400 cajas. Bacardi ganó un 3,8% y 12.800 cajas. Constellation aumentó un 15,6% con 6.900 cajas más. Heaven Hill mejoró un 0,4% en valor, aunque vendió 13.900 cajas menos.

Entre las marcas con mayor volumen de ventas en dólares, Tito's Vodka se situó en cabeza con un avance del 6,3% y 24.700 cajas más. Crown Royal fue segunda, pero con una caída del 8,8% y 16.200 cajas menos. Jack Daniel's ocupó la tercera plaza con un descenso del 6,6% y 17.400 cajas menos. Don Julio quedó cuarta, con una bajada del 2,3% y 682 cajas menos. Fireball Whiskey cerró el grupo con un retroceso del 5,9% y 21.500 cajas menos.

La relación de marcas con mejor evolución en ventas por valor vuelve a colocar a Tito's Vodka en primer lugar. Tras ella aparecen Cazadores, con un salto del 60,7% y 26.500 cajas más; W.L. Weller, con un 82,6% y 7.400 cajas adicionales; Lunazul Tequila, con un 17,7% y 13.100 cajas más; y Svedka, también con un 17,7%, acompañada de un aumento de 51.700 cajas. Los datos de esas cinco enseñas refuerzan la lectura del informe: el consumo se está concentrando en un número reducido de segmentos y marcas con buena aceptación entre los compradores.