vinetur

El mercado de la cerveza en Estados Unidos sigue en negativo por la menor demanda

Las ventas caen un 1,5% en valor y un 3,2% en volumen

miércoles 18 de noviembre de 2026



El mercado de la cerveza en Estados Unidos abrió noviembre con una leve mejora en su ritmo de ventas, aunque todavía en terreno negativo. NielsenIQ sitúa en las cuatro semanas cerradas el pasado 7 de noviembre una caída del 1,5% en ventas en valor y del 3,2% en volumen para la categoría de cerveza, excluidas las bebidas de malta con sabores y el hard seltzer. La firma de medición señala que ambos registros quedan

ligeramente por encima de los del periodo anterior.

El informe atribuye la mayor parte de la debilidad de la categoría a una menor demanda del consumidor. Ese factor explica el 92% de las pérdidas, mientras que los problemas de distribución representan el 8% restante. En la comparación semanal, las ventas en valor bajaron hasta 830,5 millones de dólares, un 4,6% menos que en la semana previa.

La evolución por segmentos sigue siendo desigual. El bloque doméstico super premium fue el que mejor aguantó entre los grandes grupos del mercado, con un alza del 2,4% en ventas en valor y del 1,6% en volumen. Las cervezas importadas moderaron su avance y quedaron casi planas en valor, con un 0,1% más, mientras el volumen retrocedió un 1,4%.

También cerraron en positivo la cerveza sin alcohol y la sidra. La primera subió un 8,6% en valor y un 7,1% en cajas. La segunda avanzó un 7,0% en valor y un 5,4% en cajas. En el lado contrario, el segmento doméstico premium fue el más débil entre los grandes bloques, con una caída del 5,3% en ventas y del 6,5% en volumen. La cerveza artesanal también bajó, con un descenso del 4,0% en valor y del 5,3% en volumen.

Entre los fabricantes, Anheuser-Busch mantiene el primer puesto por ventas en dólares pese a un retroceso del 1,9% y una pérdida de 1,7 millones de cajas. Constellation ocupa la segunda posición y es uno de los pocos grandes grupos que mejora, con un aumento del 1,5% en valor y 17.500 cajas más. Molson Coors Beverage Company figura en tercer lugar, con una caída del 3,3% y 1,2 millones de cajas menos.

Heineken USA aparece en cuarta posición, con un descenso del 6,0% en ventas y 267.800 cajas menos. New Belgium Brewing cierra el grupo de las cinco mayores compañías por ventas, con un aumento del 7,7% en valor y 69.100 cajas adicionales. En la clasificación por avance de ventas en dólares, Constellation encabeza la relación de grandes fabricantes, seguida por New Belgium Brewing, Boston Beer, Sapporo Breweries y Athletic Brewing Co.

Sapporo Breweries fue la compañía con mayor subida porcentual dentro de ese grupo, con un 14,4% más en valor y 17.300 cajas adicionales. Boston Beer avanzó un 1,8% y sumó 16.500 cajas, mientras que Athletic Brewing Co creció un 4,1% con 5.400 cajas más. El dato confirma el buen comportamiento de operadores vinculados a nichos como la cerveza sin alcohol o marcas con más presencia en el segmento premium.

En marcas, Modelo sigue en cabeza por ventas en valor con un incremento del 0,4%, aunque perdió 160.300 cajas. Budweiser conserva la segunda posición, pero con una bajada del 7,5% en ventas y 1,6 millones de cajas menos. Michelob se coloca tercera y mejora un 5,5% en valor, con 470.700 cajas adicionales, el mayor aumento en volumen entre las cinco primeras marcas.

Corona ocupa el cuarto puesto con una caída del 1,3% y 163.900 cajas menos. Coors aparece quinta, con un retroceso del 1,7% y una pérdida de 405.900 cajas. La tabla refleja que las marcas con más peso siguen concentrando una parte amplia del negocio, aunque con trayectorias distintas entre importadas, premium nacionales y referencias tradicionales.

Por crecimiento en ventas, Michelob lidera la clasificación de marcas con un avance del 5,5%. Pacifico figura en segundo lugar con un aumento del 19,1% y 257.400 cajas más. Busch ocupa la tercera plaza con un alza del 3,1% y 141.600 cajas adicionales. New Belgium suma un 8,3% más y 58.900 cajas, mientras que Victoria cierra el grupo con un aumento del 17,3% y 75.200 cajas más.