vinetur

Las ventas de cerveza repuntan en el comercio minorista de Estados Unidos

19 de los 25 mayores proveedores mejoran su evolución frente al mes anterior

jueves 26 de noviembre de 2026



Las ventas de cerveza en el comercio minorista de Estados Unidos mejoraron en octubre y 19 de los 25 mayores proveedores registraron una evolución mejor que la de septiembre, de acuerdo con los datos de IRI Market Advantage+ difundidos este

miércoles, 25 de noviembre.

El balance del mes apunta a un alza general de las ventas de cerveza en ese canal. La información disponible no detalla en este caso qué empresas lideraron la mejora ni el porcentaje exacto del avance del mercado, pero sí refleja que una mayoría amplia de los principales grupos tuvo un octubre más favorable que el mes anterior.

Esa variación llega después de septiembre, que había dejado una lectura peor para buena parte de las compañías analizadas. El cambio de un mes a otro sugiere que el mercado ganó algo de tracción en octubre, al menos en el tramo minorista que recoge esta medición.

El análisis vincula esa mejora a varios factores. Entre ellos figuran los lanzamientos de nuevos productos, las estrategias comerciales aplicadas por las empresas, la adaptación a cambios en las preferencias de compra y las diferencias de demanda entre regiones. También influye el componente estacional, ya que el consumo de cerveza suele moverse con el calendario comercial y con hábitos que cambian a lo largo del otoño.

La lectura de octubre refuerza además la utilidad de seguir de cerca el comportamiento de los grandes proveedores para detectar cambios en la demanda. Cuando 19 de las 25 compañías con mayor peso mejoran su tendencia al mismo tiempo, el dato suele servir como referencia para el resto del sector, aunque no implique que todas las categorías ni todas las zonas del país avancen al mismo ritmo.

Para fabricantes, importadores y distribuidores de bebidas, esta señal puede ayudar a ajustar previsiones en uno de los mayores mercados cerveceros del mundo. Si la mejora se mantiene en los próximos meses, podría influir en decisiones de producción, promociones, surtido y logística en la recta final del año y al comienzo del siguiente.

IRI Market Advantage+ subraya también la utilidad del análisis de datos para afinar la posición comercial de las empresas. En un mercado donde pesan tanto la rotación en tienda como la respuesta a nuevos formatos y referencias, la comparación mensual permite medir con rapidez qué iniciativas funcionan mejor y en qué territorios se concentra la demanda.