vinetur

La cerveza artesanal estadounidense pierde fuelle

Los brewpubs resisten mejor que el resto del sector en un año de caída generalizada de producción y empleo

miércoles 15 de abril de 2026



La industria cervecera artesanal de Estados Unidos cerró 2025 con una caída de 5,1% en la producción, según el informe anual difundido el 14 de abril por Brewers Association. Pese a ese retroceso, cerca de 40% de las cerveceras mantuvo su actividad o aumentó su volumen, lo que muestra una evolución desigual dentro del sector.

Los datos apuntan a una brecha cada vez mayor entre los distintos modelos de negocio. Mientras unas empresas sufrieron la bajada del consumo y la debilidad del mercado cervecero en general, otras lograron sostener mejor sus ventas gracias a una oferta más ligada a la hostelería, la comida y el servicio en sala.

La asociación calcula que 39% de las cerveceras creció y 1% se mantuvo estable. Eso significa que unas dos de cada cinco evitaron caídas en un año marcado por un menor consumo de cerveza en términos generales. El volumen total del mercado cervecero bajó 5,7%, una cifra algo peor que la del segmento craft.

Aun así, la cerveza artesanal elevó levemente su cuota dentro del mercado estadounidense por volumen, desde 13,2% hasta 13,3%. El avance es pequeño, pero refleja que parte del público sigue comprando cerveza independiente incluso en un escenario de menor gasto.

El informe también señala que el valor en dólares de las ventas minoristas de cerveza artesanal cayó 3,6%, hasta 27.800 millones de dólares. La bajada fue menor que la de la producción porque los precios medios fueron más altos y aumentó el consumo en local. En este punto, los brewpubs y los taprooms suelen vender a precios más altos por unidad, lo que ayuda a sostener ingresos cuando baja el volumen.

Entre los distintos formatos, los brewpubs fueron los que mejor resistieron. Su producción total cayó 1,7%, bastante menos que la de los taprooms, con una bajada de 3,9%; las microcerveceras, con -8,9%; y las cerveceras regionales, con -5,9%. El dato refuerza el peso de los negocios que combinan cerveza con cocina y atención en sala.

Brewers Association atribuye parte de esa resistencia a modelos centrados en la experiencia del cliente. Las cerveceras que ofrecen comida, servicio y consumo en el propio local parecen adaptarse mejor a un mercado más exigente y a consumidores que buscan propuestas completas, no solo bebida para llevar.

El economista Matt Gacioch, miembro del equipo de Brewers Association, señaló en un comunicado que el sector entra en una fase de prudencia y cierta confianza en una evolución más estable tras varios años complicados. Añadió que el éxito futuro dependerá de ofrecer calidad constante, trato humano y experiencias propias para el

consumidor.

El empleo también retrocedió. La industria perdió unos 8.000 puestos y quedó en 189.000 trabajadores, una bajada de 4% interanual. Aun así, el ajuste laboral fue menor que el descenso productivo, algo que la asociación relaciona con el peso de los modelos basados en hostelería, que requieren más personal por cada barril elaborado.

El número total de cerveceras artesanales activas cayó 2,9%, hasta 9.578. Las aperturas se redujeron a 300 desde las 518 registradas en 2024, mientras que los cierres bajaron a 481 desde 591. El frenazo en nuevas aperturas apunta a menos espacios sin cubrir y a una presión mayor para quienes intentan entrar en el mercado.

El informe dibuja así un sector más maduro y con menos margen para crecer solo por expansión geográfica. Las marcas con identidad clara y una propuesta bien definida han aguantado mejor que otras fórmulas más dependientes del volumen. En ese reparto, los brewpubs aparecen como uno de los formatos mejor situados para seguir compitiendo por cliente y margen.