vinetur

El vino y los espirituosos en Estados Unidos frenan su caída

WSWA prevé un descenso de ingresos de entre 5% y 6% en 2026, con un consumo más prudente y sensible al precio

lunes 27 de abril de 2026



La industria del vino y los espirituosos en Estados Unidos cerrará 2026 con una caída de ingresos de entre 5% y 6% interanual, según la Wine & Spirits Wholesalers of America (WSWA), que interpreta ese dato como una señal de estabilización tras varios meses de ajuste en el mercado.

La patronal mayorista, con sede en Washington, sostiene que la bajada ya no se produce con la misma intensidad que en fases anteriores del ciclo. En su análisis, las ventas siguen por debajo de las del año anterior, pero el ritmo de descenso se ha moderado y se mueve ahora en una franja más previsible.

WSWA atribuye esta evolución a un consumidor más atento al precio. Muchos hogares compran con menos frecuencia, comparan más las ofertas y eligen referencias que combinan calidad y valor. También pesan la incertidumbre económica y la subida de precios en otros gastos cotidianos, factores que llevan a reducir el gasto en bebidas alcohólicas.

La organización recuerda además que parte de la comparación interanual sigue condicionada por los años posteriores a la pandemia, cuando el consumo en casa fue muy alto. A medida que ese patrón se normaliza, las cifras actuales parecen más débiles frente a unos niveles que no eran habituales.

El ajuste afecta tanto al comercio minorista como a la hostelería. En tiendas, el consumo doméstico ha vuelto a pautas más normales después del repunte registrado durante los confinamientos y los meses posteriores. En bares y restaurantes, el tráfico de clientes también cambia por una mayor prudencia a la hora de gastar fuera de casa.

Por niveles de precio, el informe señala que los productos de gama alta mantienen algunos focos de resistencia, aunque el impulso hacia la compra premium se ha frenado. El consumidor sigue dispuesto a pagar más en algunos casos, pero lo hace con más cálculo y menos frecuencia. En paralelo, ganan terreno las marcas conocidas, los formatos pequeños y las opciones más baratas.

WSWA prevé que en los próximos meses el comportamiento del mercado siga marcado por la confianza del consumidor, las promociones y el calendario comercial, con especial peso de las campañas ligadas a festivos y temporadas de mayor consumo. La asociación no ve señales de un regreso inmediato al crecimiento fuerte, pero sí un escenario más estable para el sector y para los compradores.