vinetur

Los RTD de destilados ganan terreno en Estados Unidos

Las bebidas listas para beber con base de espirituosas suben un 14% mientras cae el consumo de alcohol en el país

martes 12 de mayo de 2026



Las bebidas espirituosas vendieron menos en Estados Unidos en 2025, pero los formatos listos para beber con base de destilados avanzaron con fuerza. Según datos de IWSR, el volumen de espirituosas cayó un 4% en ese mercado, mientras que los RTD elaborados con alcohol destilado subieron un 14%.

El informe sitúa esa evolución dentro de una caída más amplia del consumo de bebidas alcohólicas. El volumen total de alcohol en Estados Unidos bajó un 5% el año pasado. La cerveza y el vino retrocedieron un 6% en ambos casos. Los RTD, en conjunto, cedieron un 1%, aunque el comportamiento fue muy desigual según la base de elaboración.

Los RTD hechos con malta bajaron un 5%, mientras que los RTD con base de espirituosas crecieron un 14%. En paralelo, las llamadas espirituosas nacionales aumentaron un 18%. Dentro de esa categoría, el soju coreano representa alrededor del 80% del volumen. Aun así, el soju supuso menos del 1% del volumen de espirituosas en Estados Unidos en 2024.

IWSR prevé además que el soju mantenga una tasa media anual de crecimiento del 16% entre 2024 y 2029 en Estados Unidos. En ese mismo periodo, el volumen de espirituosas en el país bajaría un 2%, según la consultora.

Por estados, el volumen total de bebidas alcohólicas cayó en 49 mercados y solo subió en Nevada, donde avanzó un 4%. Las espirituosas bajaron en 37 estados. Minnesota e Idaho registraron alzas del 4%, y Oregón del 2%. La cerveza retrocedió en todos los estados salvo Illinois y Nevada, mientras que el vino cayó en todos excepto Virginia Occidental.

En los RTD también hubo diferencias por territorio. California registró una caída del 8%, Texas se mantuvo estable y Florida subió un 7%.

El presidente y director general de IWSR, Marten Lodewijks, atribuyó parte de esta evolución a la presión sobre el gasto de los consumidores. Según explicó, muchas personas beben menos veces y toman menos copas cuando salen. Añadió que las tendencias de moderación también influyen y que, si mejora la confianza del consumidor, varias categorías que ahora bajan podrían volver a crecer.