vinetur

Los destilados ganan terreno en hostelería mientras cerveza y vino ceden cuota

Tequila, vodka y cócteles listos para beber impulsan el gasto del consumidor en Estados Unidos

miércoles 15 de julio de 2026



El último análisis de NIQ sobre el canal de consumo fuera del hogar dibuja un mercado de bebidas alcohólicas con trayectorias cada vez más separadas entre categorías. Los destilados refuerzan su posición con avance en valor y ganancia de cuota, mientras la

cerveza y el vino siguen bajo presión.

NIQ sitúa dentro de los destilados varios focos de mejor comportamiento que el conjunto del mercado. Tequila, vodka y cordiales figuran entre las categorías con mejor evolución, al tiempo que algunos segmentos emergentes del tequila y varias subcategorías de whisky mantienen un tono firme. La firma atribuye parte de ese movimiento a una combinación entre interés por nuevas propuestas y preferencia por referencias ya conocidas por el consumidor.

El informe añade que la premiumización sigue siendo un motor relevante en destilados, aunque el avance se concentra cada vez más en categorías y estilos concretos. En paralelo, los cócteles listos para beber aceleran su expansión en bares y restaurantes, una señal del peso que están ganando la conveniencia y la innovación en sabores dentro del canal on-premise.

Además del reparto por categorías, NIQ analiza variables como precios, distribución, rendimiento por tipo de establecimiento y tendencias regionales para localizar dónde se mantiene el crecimiento en valor pese a las dificultades en volumen. La compañía también profundiza en tequila, whisky, vodka, ron y RTD para identificar los segmentos con mayor impulso.

Ese mapa puede tener efectos directos sobre las decisiones comerciales del sector. Para productores, distribuidores y operadores de hostelería, la lectura apunta a una posible revisión de surtidos, promociones y estrategia de presencia en barra y carta, con más atención a los segmentos que están captando gasto del consumidor mientras cerveza y vino pierden terreno en este canal.

NIQ sostiene que los cambios en la dinámica de los establecimientos y en las preferencias del consumidor están reordenando el mercado fuera del hogar. En ese escenario, el comportamiento de tequila y RTD aparece como una referencia útil para las empresas de bebidas que buscan ajustar cartera y distribución en Estados Unidos.