vinetur

Los cócteles preparados sostienen el crecimiento de los espirituosos en Estados Unidos

Sin los formatos RTD y RTS, el mercado tradicional encadenaría su cuarto descenso anual

jueves 1 de octubre de 2026



El mercado estadounidense de bebidas espirituosas volverá a crecer en 2026, pero ese avance depende cada vez más de los cócteles preparados. El informe The U.S. Spirits Market: Impact Databank Review & Forecast calcula que el volumen total llegará a 313,4 millones de cajas de 9 litros, lo que supondría el 31º aumento anual seguido para el sector en Estados Unidos.

La lectura cambia cuando se apartan de la cuenta los formatos listos para servir y listos para beber, conocidos en el sector como RTS y RTD. Sin esas referencias, el mercado de espirituosos encadenaría en 2026 su cuarto descenso anual, de acuerdo con Impact Databank. El propio informe añade que, en varios canales del negocio durante lo que

va de año, ese núcleo tradicional del mercado incluso ha quedado por detrás del vino.

El peso de los premezclados ya se deja ver en la comparación con otras bebidas. En 2025, las salidas al mercado de espirituosos en Estados Unidos, incluidos RTS y RTD, superaron por primera vez desde 1979 el volumen de la industria del vino del país. Además, los cócteles envasados apuntan a otro avance de dos dígitos en 2026, después de haber superado el año pasado al vodka en volumen.

Para el conjunto del negocio de bebidas, este cambio puede tener efectos directos en el reparto de espacio en lineales, en las cartas y en la inversión comercial. Si los RTD siguen ganando peso mientras flojean las categorías tradicionales, bodegas, cerveceras y grupos de destilados pueden verse obligados a revisar surtido, promociones y política de precios en un momento de consumo más sensible al bolsillo.

Dentro de los espirituosos convencionales, al margen de los RTD, Tito’s mantiene la primera posición en Estados Unidos, con casi 12 millones de cajas. Su propietario, Fifth Generation, también ha entrado con fuerza en tequila tras la compra de Lalo en 2025. Esa marca aumentó un 247% en las 52 semanas cerradas el 6 de septiembre en los canales medidos por Circana.

Otras enseñas de tequila también registran subidas en 2026 en la distribución minorista. Lunazul, de Heaven Hill, avanza un 31%; Tequila Ocho, un 23%; y Espolón, de Campari, un 12%, siempre según esos datos de Circana. Aun así, Impact Databank prevé un ligero retroceso para el tequila este año por la debilidad de los tramos de precio más altos, afectados por la inflación y por un escenario económico más duro.

Sazerac, la empresa con mayor volumen del sector en Estados Unidos, mantiene el impulso de BuzzBallz, su marca de RTS/RTD, con alzas de dos dígitos en 2026. Al mismo tiempo, también mejora en varias marcas tradicionales. Svedka sube un 29% en las 52 semanas cerradas el 6 de septiembre en los canales de Circana; Buffalo Trace, un 21%; Weller, un 61%; Eagle Rare, un 29%; y Colonel E.H. Taylor, un 96%.

Ese mejor comportamiento de algunas referencias no cambia la foto general en bourbon. Impact Databank prevé que la categoría total vuelva a bajar en 2026 y sume así su cuarto año seguido a la baja. El patrón se repite en otras grandes marcas del

mercado fuera de los RTD, donde predominan los descensos.

Los datos de NIQ e Impact Databank sobre venta fuera del local, con cierre el 19 de septiembre, sitúan el volumen total de espirituosos sin RTS/RTD en 228,5 millones de cajas de 9 litros, con una caída del 3,9% en lo que va de 2026. En la tabla de mayores marcas, Tito’s apenas sube un 0,1%, mientras Fireball baja un 4,5%, Smirnoff un 8,8%, Crown Royal un 10,1%, Jack Daniel’s un 4,5%, Bacardi un 6,6%, Jim Beam un 5,3%, New Amsterdam un 9,3%, Jose Cuervo un 5,7% y Captain Morgan un 6,3%.

A medio plazo, el propio informe anticipa que el ritmo de los RTS y RTD se moderará antes de que termine la década. Si eso ocurre, la presión sobre el sector de espirituosos será mayor, porque el principal motor de volumen perdería parte de su fuerza. A ese factor se suma el riesgo arancelario sobre los destilados importados en Estados Unidos, con posibles efectos sobre productores e importadores, distribuidores y minoristas, mientras los aranceles de respuesta siguen perjudicando a las exportaciones estadounidenses de espirituosos.