vinetur

Las cervezas con sabores resisten mejor la caída del mercado de bebidas alcohólicas tradicionales en Estados Unidos

Las lager de manzana y las cheladas lideran la vía del sabor dentro de las categorías clásicas

lunes 12 de octubre de 2026



Las cervezas con sabores se están comportando como una excepción dentro del mercado estadounidense de bebidas alcohólicas tradicionales, que pasa por una fase de menor tirón. Un informe reciente de la consultora Bump Williams Consulting sitúa a las lager de manzana y a las cheladas al frente de esa resistencia, al mostrar un recorrido mejor que el de otras categorías clásicas.

La lectura de la consultora va contra una idea muy asentada en la industria. Durante los últimos años, la innovación en sabor se ha asociado sobre todo a los RTD, las bebidas listas para beber. Frente a esa visión, el análisis sostiene que, cuando el sabor se lleva a categorías tradicionales como la cerveza, el vino y los espirituosos, es la cerveza la que ha logrado abrirse más espacio.

Ese matiz cambia la forma de interpretar el consumo. No se trata solo de que el sabor funcione en mezclas preparadas o en formatos más recientes. También aparece como una palanca dentro de una categoría histórica como la cerveza, en un momento en el que buena parte del negocio del alcohol en Estados Unidos muestra menos empuje.

Dentro de ese grupo, las lager de manzana y las cheladas aparecen como las referencias que tiran del segmento. En términos de producto, ambas combinan una base cervecera conocida para el consumidor con perfiles más marcados, una fórmula que puede ampliar ocasiones de consumo y atraer a compradores que buscan variedad sin salir de la cerveza.

Bump Williams Consulting sitúa así a la cerveza en una posición distinta a la del vino y los espirituosos en el terreno de las versiones saborizadas. La consultora no plantea que el sabor haya dejado de ser una herramienta útil en otras familias de bebida, pero sí considera que la cerveza es la que mejor ha aprovechado esa vía dentro del grupo de categorías tradicionales.

Para fabricantes, distribuidores y cadenas de venta, esa señal puede tener efectos directos. En una etapa de contracción del mercado, los segmentos que conservan mejor la demanda suelen ganar peso en surtido, promoción y desarrollo de nuevas referencias. Por eso, el avance de las cervezas con sabores puede servir como guía para ajustar carteras y decidir dónde colocar recursos comerciales.

La lectura también ofrece una pista para el resto del sector de bebidas. Si el consumidor responde mejor a propuestas como las lager de manzana o las cheladas, otras categorías pueden tomar nota de qué perfiles de producto, formatos y momentos de consumo están generando más interés dentro de las bebidas alcohólicas tradicionales en Estados Unidos.