vinetur

El vodka + ade apunta a 500 millones de dólares en Estados Unidos

Circana ve en estos combinados listos para beber una nueva vía de negocio para el sector del alcohol

martes 20 de octubre de 2026

Este lunes, 19 de octubre, Scott Scanlon, vicepresidente ejecutivo del área de bebidas alcohólicas de Circana, situó en hasta 500 millones de dólares las ventas que puede alcanzar en Estados Unidos en 2027 el segmento conocido como vodka + ade. Se trata de una familia de combinados listos para beber inspirados en bebidas deportivas y que parte del sector también identifica como hard sports drinks.

La previsión llegó después de la convención anual de la National Beer Wholesalers Association (NBWA), la asociación de mayoristas de cerveza de Estados Unidos, celebrada la semana pasada en Orlando, Florida. Scanlon señaló que la amplia presencia de estas bebidas en ese encuentro le llevó a elaborar un análisis puntual sobre su potencial comercial.

La referencia de Circana sitúa a esta categoría en una fase de seguimiento más estrecho dentro del mercado estadounidense de bebidas con alcohol. Aunque el dato difundido es una previsión y no una venta ya realizada, el umbral de 500 millones de dólares apunta a un volumen suficiente para llamar la atención de fabricantes, distribuidores y cadenas de venta.

El término vodka + ade describe productos preparados con vodka que toman como referencia el lenguaje comercial de las bebidas deportivas. En la práctica, su propuesta se mueve dentro del negocio de los ready to drink, uno de los formatos que más interés despierta en Estados Unidos por su facilidad de consumo y por su capacidad para abrir nuevas ocasiones de compra fuera del servicio tradicional en barra.

La mención a la NBWA no es menor. En el mercado estadounidense, los mayoristas tienen un papel directo en la entrada de nuevas categorías en tiendas, supermercados y locales de hostelería. Cuando un tipo de bebida gana presencia en una cita que reúne a ese canal, suele interpretarse como una señal de que las marcas buscan más distribución y de que los operadores del sector ven margen para ampliar la oferta.

Para la industria de bebidas, la previsión de Circana sugiere una posible vía de negocio dentro de los combinados listos para beber. Si ese volumen se confirma en 2027, parte de la inversión en innovación, promoción y espacio en tienda podría dirigirse con más fuerza a este tipo de referencias, en una pugna comercial por captar consumo frente a la cerveza y a los destilados servidos de forma clásica.

La valoración también ayuda a medir hacia dónde se mueve la innovación en alcohol en Estados Unidos. En los últimos años, muchas compañías han buscado formatos que reduzcan la preparación y simplifiquen la compra para el consumidor. En ese marco, una categoría basada en vodka y vinculada a códigos conocidos para el público de bebidas deportivas puede ganar visibilidad con rapidez si mantiene el apoyo del canal de distribución.

Circana no ha hecho pública, en la información difundida por Scanlon, una previsión más detallada por marcas o por cuota de mercado. Aun así, la cifra colocada sobre la mesa basta para situar al vodka + ade entre los segmentos que seguirán de cerca tanto los grupos de bebidas como los inversores del negocio minorista en Estados Unidos durante los próximos meses.