vinetur

# Los cócteles preparados vuelven a crecer en Estados Unidos por el tirón de los destilados

El avance de los RTD a base de destilados compensa la caída de maltas y seltzers

miércoles 11 de noviembre de 2026




El mercado estadounidense de cócteles preparados cerró octubre con una mejora en ventas y una caída casi nula en volumen. NielsenIQ sitúa el avance de la categoría en el 3,7% en valor en las cuatro semanas cerradas el 31 de octubre, mientras que el volumen en cajas bajó un 0,3%. En la última semana del periodo, las ventas sumaron 301,2 millones de dólares, un 6,0% más que la semana anterior, con el impulso estacional previo a Halloween.

La firma de medición atribuye esa mejoría a la aportación de las referencias elaboradas con destilados y con vino. Aun así, la evolución del volumen todavía no ha pasado con claridad a tasas positivas para el conjunto del segmento, que agrupa bebidas listas

para beber y listas para servir a base de espirituosos, cócteles a base de vino, bebidas de malta saborizadas y seltzers.

La diferencia entre subcategorías sigue siendo amplia. Los RTD a base de destilados fueron el principal motor del avance, con un alza del 21,5% en ventas y del 24,3% en volumen. Los cócteles a base de vino también siguieron en positivo, con un 6,5% más en valor y un 4,9% más en cajas. En cambio, las bebidas de malta saborizadas y los seltzers continuaron a la baja, aunque con menos presión sobre el conjunto del mercado: cedieron un 3,7% en ventas y un 6,1% en volumen.

Ese reparto del crecimiento ayuda a explicar la foto del periodo. El empuje de los productos listos para beber compensó parte de la debilidad de los segmentos con peor evolución y permitió que la categoría encadenara otro cierre mensual con mejora en ingresos. El dato semanal de 301,2 millones de dólares refuerza esa lectura, al coincidir con un momento del calendario en el que la demanda de bebidas preparadas suele ganar peso por el consumo asociado a celebraciones.

En fabricantes por ventas en dólares, Mark Anthony Brands ocupó la primera posición con un avance del 1,1%, aunque perdió 74.800 cajas. Boston Beer quedó en segundo lugar, con un retroceso del 2,4% en valor y 291.100 cajas menos. Anheuser-Busch fue tercera, con un aumento del 6,3% y 48.200 cajas más. Sazerac se situó cuarta, con un 5,6% más en ventas y 42.000 cajas adicionales. Gallo cerró las cinco primeras posiciones, con una bajada del 1,3% y 30.700 cajas menos.

Si se toma como referencia la evolución de las ventas en dólares, Stateside Brands encabezó el ranking de fabricantes con un salto del 110,1% y 435.100 cajas más. Tras ella figuraron Anheuser-Busch, con un 6,3%; Sazerac, con un 5,6%; y Mark Anthony Brands, con un 1,1%. Moet Hennessy USA apareció en quinto lugar, sin dato comparable de ventas en valor y con un aumento de 2,4 millones de cajas.

Entre las marcas con más ventas en dólares, White Claw siguió en cabeza con un alza del 2,4% y 6.000 cajas más. Twisted Tea fue segunda, aunque redujo sus ventas un 7,7% y perdió 247.900 cajas. BuzzBallz ocupó la tercera posición, con un 6,2% más en valor y 32.700 cajas adicionales. Cutwater Cocktail fue cuarta, con un incremento del 13,4% y 80.500 cajas más. Smirnoff cerró el grupo con un avance del 5,8% y 51.500

cajas adicionales.

En el ranking de marcas por aumento de ventas en dólares, Surfside Cocktail se situó en primer lugar con una subida del 60,2% y 235.900 cajas más. Super Lyte Cocktail figuró en segundo puesto con un incremento del 198841,1% y 12,2 millones de cajas adicionales. Sun Cruiser Cocktail fue tercera, con un 64,3% más y 146.700 cajas extra. Cutwater Cocktail apareció en cuarta posición y Monaco en quinta, con un avance del 30,0% y 59.900 cajas más.