vinetur

Estados Unidos gira hacia los cócteles prémium en las bebidas listas para beber

El volumen total cae un 1% por el retroceso de seltzers y bebidas saborizadas

sábado 14 de noviembre de 2026

El mercado estadounidense de bebidas listas para beber, conocidas como RTD por sus siglas en inglés, ha empezado a perder velocidad, pero el ajuste no afecta por igual a todas las categorías. Un estudio estratégico de IWSR sobre Estados Unidos sitúa a los cócteles prémium y a los hard teas entre las áreas con más recorrido, en un momento en que el volumen total del mercado cayó un 1% en 2025 tras varios años de expansión después de la pandemia.

La corrección se aprecia sobre todo en las categorías más extendidas. Los hard seltzers, que siguen entre los formatos con más peso, redujeron su volumen un 8% en 2025 y IWSR prevé para ellos una tasa media anual del -7% hasta 2030. Las bebidas alcohólicas saborizadas, o FAB, donde se incluyen los alcopops y los coolers, bajaron un 4% el año pasado y su previsión hasta 2030 es de una tasa media anual del -3%.

Frente a ese movimiento, los cócteles RTD avanzaron un 17% en 2025 y los hard teas, bebidas listas para beber a base de té con alcohol, subieron un 5%. IWSR calcula que el conjunto formado por cócteles RTD y long drinks mantendrá esa inercia y crecerá a una tasa media anual del 9% hasta 2030.

Susie Goldspink, responsable de análisis de RTD en IWSR, sostiene que la inversión debería dirigirse hacia los nichos donde el impulso es mayor y no tanto a conservar cuota en productos tradicionales. A su juicio, el consumidor estadounidense ha mostrado que acepta pagar más por propuestas prémium cuando percibe que le interesan.

El estudio utiliza la categoría de whisky como ejemplo de ese cambio. Mientras el volumen de los RTD de whisky cayó un 11% en 2025, los cócteles Whisky Sour listos para beber se dispararon más de un 1.500% y ya representan el 66% del volumen de los RTD de whisky. Para IWSR, ese dato apunta a una demanda real de cócteles prémium incluso cuando el total de una base concreta pierde fuerza. La previsión para los RTD de whisky hasta 2030 es de una tasa media anual del 1%, un avance muy limitado que, según Goldspink, oculta el tirón de referencias de mayor valor dentro de la propia categoría.

El informe también ve margen en el canal de hostelería, donde bares y restaurantes están ganando peso para este tipo de bebidas. La parte del negocio de RTD con base de destilados que se vende en hostelería pasó del 6% en 2020 al 16% en 2026. De cara a 2030, IWSR prevé para ese canal una tasa media anual del 12%, frente al 5% esperado en el canal minorista.

Esa diferencia también aparece en los hábitos de compra. En la encuesta manejada por IWSR, el 47% de los consultados dijo haber comprado RTD en hostelería en 2026, frente al 37% que respondía lo mismo en 2023. Goldspink considera que el consumo en bares y restaurantes es la vía más rápida para colocar estos productos en un tramo de precio superior, porque es ahí donde se fija primero la referencia de precio que después llega a las tiendas.

La analista añade que ese canal ofrece una oportunidad especial para bases distintas del vodka. En hostelería, el whisky y la ginebra tienen un peso mayor que en otros puntos de venta, lo que puede facilitar la construcción de demanda para RTD elaborados con esos destilados.

Otro foco de interés para IWSR son los RTD inspirados en bebidas deportivas, una línea que la firma incluye dentro de las FAB. El estudio atribuye parte de su avance a una mayor presencia en redes sociales y a la buena acogida de productos que combinan una idea de disfrute con atributos funcionales. En ese grupo están apareciendo nuevas referencias de vodka con electrolitos, sabores asociados a bebidas deportivas, bajo nivel de azúcar y sin gas, pensadas para momentos de consumo diurno e informal.

Para las empresas de bebidas, esta lectura puede influir en la asignación de inversión y en el diseño de las carteras de cócteles con base de destilados en Estados Unidos. Los datos apuntan a que el crecimiento ya no depende tanto de las fórmulas más masivas como de productos con mayor precio medio y una propuesta más definida, algo que puede afectar tanto a fabricantes de espirituosos como a distribuidores y cadenas de hostelería.

IWSR ya había señalado que los RTD son uno de los apoyos de la categoría de espirituosos en una etapa de menor empuje en volúmenes. Fuera de Estados Unidos, la firma recuerda que en Reino Unido las ventas de RTD en el canal minorista superaron £700 millones en 2025, mientras que en hostelería se acercaron a £200 millones. En octubre, Constellation Brands pagó US$75 millones por SpikedAde, una marca de RTD con vodka inspirada en bebidas deportivas.