vinetur

Las tendencias sanitarias y el cannabis recreativo modifican las preferencias de los consumidores y la oferta de los minoristas

Los minoristas amplían su oferta para satisfacer la creciente demanda de los consumidores

martes 6 de febrero de 2024



El panorama de la venta minorista de bebidas alcohólicas está experimentando un cambio notable, ya que las tendencias preocupadas por la salud y la expansión legal del consumo recreativo de cannabis influyen en los comportamientos de los consumidores, en particular durante la tradición anual del "enero seco". Este periodo, tradicionalmente dedicado a los propósitos y a las iniciativas centradas en la salud, ha visto aumentar el interés por los licores y productos sin alcohol, lo que ha obligado a los minoristas a adaptarse e innovar para satisfacer las cambiantes demandas de los consumidores.

Mark O'Callaghan, propietario de Exit 9 Wine & Liquor Warehouse, en Clifton Park (Nueva York), ha observado un descenso significativo del volumen de ventas durante el mes de enero en los dos últimos años, y atribuye este descenso no sólo a las decisiones de los consumidores preocupados por su salud, sino también a la competencia del cannabis recreativo legal. Este cambio ha llevado a minoristas como O'Callaghan a replantearse sus estrategias y ofertas, señalando que, si bien las ventas de bebidas alcohólicas han descendido, el interés por las alternativas al alcohol está aumentando, aunque desde un punto de partida bajo.

En Julio's Liquors, de Westborough (Massachusetts), su propietario, Ryan Maloney, ha tomado medidas proactivas para aprovechar este mercado emergente con la introducción de una sección dedicada a la venta al por menor de bebidas sin alcohol. Esta iniciativa no sólo se dirige a los participantes en el "Enero en Seco", sino que también es una oferta para todo el año, reflejo del creciente interés de los consumidores por las bebidas sin alcohol. Al aumentar la selección de la tienda a casi 150 referencias de vino, cerveza, licores y productos especiales listos para beber (RTD) sin alcohol, Maloney está entrando en un segmento que, aunque actualmente es pequeño en volumen, se está expandiendo rápidamente.

Estos cambios en las preferencias de los consumidores no están exentos de dificultades, sobre todo en estados como Nueva York, donde la normativa restringe la venta de vinos y licores sin alcohol en las tiendas de bebidas alcohólicas. La experiencia de O'Callaghan pone de relieve los obstáculos normativos que pueden limitar la capacidad de los minoristas para adoptar plenamente la tendencia de las bebidas sin alcohol, a pesar de la creciente demanda de estos productos por parte de

los consumidores.

Los minoristas han señalado que la educación y el servicio al cliente son componentes cruciales para vender con éxito bebidas sin alcohol. Aprovechando su experiencia en perfiles de sabor y creación de cócteles, tiendas como Julio's Liquors se están posicionando no sólo como minoristas, sino como educadores y conservadores de las categorías de bebidas alcohólicas y NA. Este enfoque les ha permitido adaptar continuamente su oferta a las opiniones y preferencias de los clientes, garantizando que sus selecciones sigan siendo relevantes y atractivas.

El éxito de los productos de NA en las tiendas de bebidas alcohólicas, como demuestran las marcas más vendidas en Julio's Liquors, subraya el potencial de esta categoría no sólo para atraer a una clientela diversa, sino también para crear una experiencia de compra única que enfatice la sofisticación y la capacidad de elección. Al integrar las opciones de NA en sus carteras, los minoristas pueden atender a una gama más amplia de necesidades y preferencias de los consumidores, desde los que buscan opciones de estilo de vida más saludables hasta los que exploran alternativas a las bebidas alcohólicas tradicionales.

A medida que el sector de las bebidas alcohólicas sigue sorteando las complejidades de las tendencias de consumo, los cambios legales y los movimientos de concienciación sobre la salud, el crecimiento y la integración de los productos de NA en los establecimientos minoristas señalan un cambio más amplio en las pautas de consumo. Los minoristas que asuman este cambio e innoven en respuesta al mismo probablemente encontrarán nuevas oportunidades de crecimiento y captación de clientes, incluso en periodos de ventas tradicionalmente lentos como enero.