vinetur

# RTDs basados en destilados siguen en auge en Estados Unidos, según IWSR

Proyección de crecimiento anual del 6% para los RTDs basados en destilados hasta 2028

jueves 28 de noviembre de 2024



Los cócteles listos para beber basados en destilados siguen mostrando un crecimiento sostenido en el mercado estadounidense, de acuerdo con los datos más recientes de IWSR. Este segmento ha experimentado un aumento constante en todos los estados desde 2019, con un crecimiento de volumen destacado en California, Dakota del Sur y Connecticut.

En el periodo de enero a agosto de 2024, los estados con mayores incrementos porcentuales en volumen incluyen Wyoming, Colorado, Virginia, Tennessee, Nueva York, Florida, Arizona, Indiana, Nueva Jersey y Wisconsin. En todos ellos, el crecimiento superó el 15% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Estos datos provienen de IWSR US Navigator, una fuente confiable que analiza el mercado de bebidas alcohólicas en Estados Unidos por categorías como vino, destilados, cerveza, sidra, RTDs y productos sin alcohol, basándose en datos precisos de oficinas tributarias locales desde 2019.

Un análisis del informe más reciente sobre RTDs basados en destilados publicado por IWSR muestra que este segmento se proyecta crecer a una tasa compuesta anual del 6% entre 2023 y 2028. Este crecimiento compensa el descenso en las ventas de hard seltzers, impulsado por el aumento en la popularidad de tés alcohólicos, bebidas aromatizadas y, en menor medida, cócteles y combinados.

Los RTDs con bases de vodka y tequila continúan liderando gracias a la disponibilidad de opciones más ligeras y fáciles de consumir, como mezclas de vodka o tequila con gaseosas o refrescos con gas. Aunque el tequila había mostrado un ascenso, el vodka recuperó el liderazgo como base de estos productos hace tres años, consolidándose por su versatilidad y sabor accesible. Aunque el vodka sigue siendo la base preferida en todos los grupos demográficos, se ha observado un aumento en la popularidad del gin entre compradores jóvenes, especialmente de la Generación Z. Este segmento aún representa solo el 5% del mercado total de RTDs, lo que sugiere oportunidades de crecimiento.

Un cambio en los tamaños de los envases ha favorecido la preferencia por latas de 355 ml, que han pasado de representar el 7% de las ventas hace cinco años a alcanzar el 69% en la actualidad. Este formato ha ganado aceptación en lugares donde las botellas

de vidrio no son permitidas, como estadios, conciertos y playas, ofreciendo mayor comodidad al consumidor.

La categoría también se ha beneficiado de cambios regulatorios recientes en algunos estados. En Carolina del Norte, la firma de la ley SB527 redujo los impuestos sobre RTDs a base de destilados, mientras que en Pensilvania, la ley SB688 permitió la venta de estos productos en ciertos comercios que también ofrecen cerveza y vino.

En cuanto a la innovación, aunque se ha reducido en general en los últimos años, los nuevos lanzamientos de cócteles y combinados continúan liderando, representando más de un tercio de las novedades recientes. Según Marten Lodewijks, presidente de la división estadounidense de IWSR, la ralentización de la innovación, junto con el crecimiento de la categoría, es una señal positiva para el sector. En su opinión, la diversificación masiva de marcas y variantes observada en 2021 y 2022 generó confusión entre los consumidores, beneficiando solo a unas pocas marcas. Una estrategia más centrada en un número reducido de productos clave ayuda a los consumidores a explorar la categoría sin sentirse abrumados.

Un fenómeno reciente en la categoría es la colaboración entre marcas de otros segmentos y productos de destilados. Ejemplos notables incluyen Sunny D, que lanzó una bebida a base de vodka; Ocean Spray, que se asoció con Absolut; Vita Coco, que colaboró con Captain Morgan; y Welch's, que introdujo una línea de productos de vodka, entre ellos Vodka Transfusion.

Sin embargo, persiste una confusión entre los consumidores sobre las bases de estas bebidas. Aunque muchos compradores recuerdan haber consumido RTDs a base de vino o destilados, una gran parte de los productos en este segmento utiliza bases de malta. Esta percepción errónea representa tanto un reto como una oportunidad para las marcas, que deben considerar cómo comunicar esta información en su diseño y etiquetado.

El perfil de los consumidores de RTDs en Estados Unidos muestra un público ligeramente mayor y con una distribución equilibrada entre hombres y mujeres. No obstante, los nuevos compradores tienden a ser más jóvenes y mayoritariamente hombres, lo que podría influir en las tendencias de estilos y sabores que predominen en

el futuro. Según Lodewijks, este nuevo público podría mostrar una mayor inclinación hacia los productos basados en destilados y ser más propenso a consumirlos en bares y restaurantes, lo que constituye un canal clave para construir marcas en este segmento.