vinetur

Informe Nielsen: el mercado de licores de EE.UU. baja 3% pero el 'premium' resiste

La preferencia por productos premium resiste mientras los formatos pequeños y los listos para beber alteran el consumo tradicional

jueves 28 de agosto de 2025



El mercado de bebidas espirituosas en Estados Unidos muestra señales de desaceleración en su crecimiento, situándose por debajo de la tendencia habitual de los últimos años. Según datos de Nielsen, el valor del sector cayó alrededor de un 3% en agosto. Esta bajada coincide con las cifras reportadas por DISCUS para 2024, que sitúan tanto el volumen como el valor de la industria (sin contar los productos listos para beber y cócteles) en -3,0% y -2,6%, respectivamente.

Mark Brown, director ejecutivo de Sazarac, explicó recientemente que la tendencia a elegir productos más económicos afecta sobre todo a las categorías de vodka y ron. Sin embargo, la preferencia por productos premium sigue firme en segmentos como el whisky y la ginebra. Brown señaló que, a pesar de la presión inflacionaria y el consumo más moderado entre los jóvenes adultos de la Generación Z, factores como la premiumización y el aumento del consumo per cápita mantienen su fuerza a largo plazo.

El sector se enfrenta a dos problemas principales. Por un lado, los productos listos para beber elaborados a base de destilados están restando volumen a las bebidas espirituosas tradicionales. Por otro lado, el auge de los formatos pequeños está cambiando los hábitos de compra: estos envases ya representan el 80% del crecimiento en volumen, ya que permiten a los consumidores acceder a precios más bajos por unidad. Brown subrayó que estas tendencias presionan las cifras actuales pero también atraen nuevos consumidores al mundo de las bebidas espirituosas y pueden favorecer la premiumización en el futuro.

En cuanto a precios y combinaciones de producto, los resultados varían según la categoría. El tequila registró una caída del -0,6%, aunque menor que en julio. La ginebra creció un 1,6%, el vodka subió un 0,5% y el ron bajó un 0,5%. El bourbon aumentó un 1%, el whisky canadiense un 1,5%, mientras que el coñac descendió un 2,7%. El whisky escocés avanzó un 0,6%. Brown explicó que aunque el tequila perdió ritmo, la ginebra, el bourbon y el whisky canadiense mantienen viva la tendencia hacia productos premium.

En tequila, Don Julio sobresalió con un crecimiento del 6,2% y un aumento del volumen del 8,2%. Sin embargo, otras marcas como Casamigos (-20%) y Altos (-11,7%) arrastraron al conjunto de la categoría hacia abajo. En whisky escocés e irlandés se observa una situación similar: aunque el volumen total de escocés cayó un 6,4%, marcas premium como Johnnie Walker (+2,2%) y Chivas Regal (+0,9%) lograron crecer y compensar la debilidad de las etiquetas más populares. El whisky irlandés se mantuvo estable; Jameson solo retrocedió un 1,1% en las últimas doce semanas.

En whisky americano continúa la preferencia por marcas premium como Colonel Taylor. En cambio, Jack Daniel’s sufrió una caída importante y Jim Beam también tuvo dificultades. El whisky canadiense mostró una recuperación: Crown Royal subió un 0,8% tras haber caído un 11,6% en julio. La innovación influye en estos resultados; por ejemplo, Crown Royal Blackberry creció un 180,8%, mientras que Peach bajó un 14,9%. Brown advirtió que estos datos pueden variar conforme se introducen nuevos sabores.

En las bebidas blancas y los productos listos para beber se observan trayectorias diferentes. El vodka sigue perdiendo terreno debido a la preferencia por opciones más económicas; marcas como SKYY y Absolut registraron descensos. Por su parte, los productos listos para beber aumentaron sus ventas un 26,7% en agosto frente al 21,6% del mes anterior. Surfside, Sun Cruiser y Buzzballz lideraron este crecimiento junto con Cutwater y Nutrl.

Las grandes empresas del sector mantienen una fuerte presencia en Estados Unidos: Diageo obtiene aproximadamente la mitad de sus ingresos aquí; Remy cerca del 40%; Campari alrededor del 25%; Pernod tiene una exposición relevante pero menor.

Mark Brown resumió la situación afirmando que las bebidas espirituosas en Estados Unidos atraviesan una fase de ajuste. Confía en que las condiciones mejorarán cuando disminuya la presión inflacionaria y se estabilice el auge de los productos listos para beber.