vinetur

Las RTD suben un 28% y los destilados bajan un 4% en Estados Unidos

La inflación y el cambio de hábitos impulsan los RTD y frenan el consumo de marcas de alcohol tradicionales en el mercado estadounidense

viernes 24 de octubre de 2025



El mercado de bebidas espirituosas en Estados Unidos muestra señales mixtas en un momento de cambios rápidos. Según el último informe de Mark Brown’s Industry News Update, los productos listos para beber (RTD, por sus siglas en inglés) han ganado 420 puntos básicos de cuota de mercado en las cuatro semanas que terminaron el 4 de octubre, en comparación con el año anterior. Este aumento ha influido en los precios y la mezcla de productos, ocultando algunas áreas donde las bebidas espirituosas premium siguen creciendo. Cutwater, de AB InBev, ha liderado el crecimiento tanto en la categoría RTD como en el conjunto de las bebidas espirituosas, lo que pone de relieve la importancia de la conveniencia y la innovación en las preferencias de los consumidores.

El sector de bebidas alcohólicas en Estados Unidos atraviesa una fase de ajuste, según la publicación Future of Alcohol. Los datos de Nielsen muestran que el valor de las bebidas espirituosas ha caído alrededor de un 4%, por debajo de las tendencias históricas. DISCUS indica que, excluyendo RTD y cócteles, la tasa anual para 2024 es algo mejor, con un descenso del 3,0% en volumen y del 2,6% en valor. En este entorno, se observa una tendencia a elegir productos más económicos en categorías como vodka y ron, mientras que whisky, ginebra y tequila mantienen cierto impulso hacia productos premium. Sin embargo, en el caso del tequila, el crecimiento se ha desplazado hacia marcas premium asequibles, en lugar de etiquetas de lujo.

El informe de Mark Brown identifica 27 factores que afectan al sector de bebidas alcohólicas, agrupados en cuatro grandes temas. El primero es la presión macroeconómica: el alcohol, considerado un bien discrecional, sufre recortes en el gasto de los consumidores debido a la inflación prolongada. El segundo es la salud y la moderación: los cambios en el estilo de vida tras la pandemia, regulaciones más estrictas y la popularidad de medicamentos para la pérdida de peso han reducido la demanda. El tercero es la relevancia cultural: el papel del alcohol en los entornos sociales está cambiando y la competencia del cannabis afecta la llegada de nuevos consumidores. El cuarto es la brecha en marketing e innovación: la experiencia limitada del sector para gestionar periodos de recesión pone de manifiesto la necesidad de estrategias de marketing más adaptativas.

En cuanto a los precios y la mezcla de productos, las tendencias son variadas. En octubre, el tequila bajó un 1,5% respecto al mes anterior, la ginebra subió un 1,9%, el vodka se mantuvo estable, el ron bajó un 0,7%, el bourbon subió un 0,2%, el whisky canadiense bajó un 0,9%, el coñac bajó un 1,2% y el whisky escocés subió un 1,8%. A pesar de la debilidad en los precios, categorías como el whisky y la ginebra siguen atrayendo a consumidores que buscan opciones premium con buena relación calidad-precio.

El tequila y el whisky muestran tendencias diferentes. Las ventas de tequila cayeron un 4,0% en octubre, con un descenso del 2,5% en volumen. Don Julio registró una caída del 5,6%, Casamigos del 17,9% y Patrón del 10,4%. Por otro lado, el whisky escocés y el irlandés mantienen su posición premium. El volumen de whisky escocés bajó un 11,0%, pero el precio y la mezcla mejoraron un 1,8%, impulsados por marcas como Lagavulin. El whisky irlandés se mantuvo estable, con Jameson mostrando una tendencia de volumen del -1,7% en las últimas 12 semanas.

En el whisky americano, la premiumización sigue presente, liderada por marcas como Colonel Taylor. Sin embargo, las marcas más populares como Jack Daniel’s y Jim Beam registraron descensos del 4,6% y 6,3%, respectivamente. El whisky canadiense tuvo un comportamiento diferente: Crown Royal cayó un 8,7% en octubre tras haber crecido un 6% anteriormente, lo que puede deberse a datos irregulares por lanzamientos de nuevos productos.

En las bebidas blancas y los RTD, el vodka mantuvo precios y mezcla estables, con el crecimiento sostenido por Tito’s y otras marcas más económicas. Los RTD siguen siendo el segmento de mayor crecimiento, con un aumento del 28,4% interanual, casi igual al mes anterior. Cutwater volvió a liderar con un crecimiento del 86,8%, mientras que Surfside, Sun Cruiser y BuzzBallz también mostraron buenos resultados.

Los grandes productores de bebidas espirituosas mantienen una fuerte presencia en el mercado estadounidense: Diageo tiene una exposición del 50%, Rémy Cointreau del 40%, Campari del 25% y Pernod Ricard una proporción similar.

El mercado estadounidense de bebidas espirituosas está en plena transformación. Los RTD están cambiando los momentos de consumo y la inflación afecta al poder adquisitivo de los consumidores. Las marcas buscan equilibrar accesibilidad y aspiración. La premiumización no ha desaparecido, pero evoluciona hacia productos de lujo asequibles. En este nuevo escenario, la flexibilidad y la innovación serán claves para que las marcas puedan avanzar.