vinetur

El volumen de bebidas espirituosas en EE UU supera al vino por primera vez en 40 años

Los cócteles listos para consumir impulsan el sector, que suma 303 millones de cajas pese a una leve caída del 0,9%

martes 28 de octubre de 2025



El sector de las bebidas espirituosas en Estados Unidos prevé un crecimiento inferior al 1% este año, según el informe The U.S. Spirits Market: Shanken’s Impact Databank Review & Forecast 2025. Con este resultado, la categoría suma treinta años consecutivos de incrementos y, por primera vez en más de cuatro décadas, su volumen supera al del vino en el país.

El informe señala que el principal motor de este avance son los cócteles premezclados, conocidos como RTD (ready-to-drink) y RTS (ready-to-serve). Sin estos productos, el mercado estadounidense de espirituosos habría registrado su cuarto año seguido de caídas en volumen. En los canales analizados por NielsenIQ, el volumen total de espirituosos aumentó un 2,9% hasta el 11 de octubre. Sin embargo, si se excluyen los cócteles premezclados, la caída habría sido del 2,8% en el comercio minorista.

Tequila mantiene su fortaleza dentro del sector y las bebidas espirituosas sin alcohol siguen ganando presencia, aunque parten de cifras bajas. No obstante, la mayor parte del crecimiento corresponde a los productos listos para consumir. Entre las empresas líderes, Sazerac ha triplicado su volumen en cócteles premezclados tras adquirir la línea Buzzballz el año pasado. Spirit of Gallo, responsable de la marca High Noon —la más vendida por volumen— amplió su oferta con el lanzamiento nacional de VMC y la llegada este año de Lucky One Lemonade.

Britt West, director comercial de Gallo, explicó que VMC está funcionando bien y que Lucky One Lemonade ha tenido una buena acogida. Según West, esta última propuesta responde a la demanda de bebidas premium a base de limonada y a la preferencia por opciones con baja o nula carbonatación. En la costa oeste, Salt Point RTD —adquirida también el año pasado— muestra buenos resultados desde una base pequeña.

Suntory Global Spirits ha reforzado su gama On the Rocks con la marca -196 vodka soda, que crece con rapidez. Pernod Ricard amplió este año las variantes RTD y RTS bajo la marca Absolut. Diageo también ha sumado referencias a su grupo Cocktail Collection, incluyendo recientemente un nuevo Bulleit Whiskey Sour.

Dentro del segmento RTD, la línea Surfside de Stateside Brands —compuesta por tés helados y limonadas sin gas— es la que más volumen ha sumado. Surfside se acerca a los 12 millones de cajas vendidas este año en Estados Unidos, lo que la sitúa como la

tercera bebida espirituosa por volumen tras High Noon seltzer y Tito’s vodka.

En cuanto a las cifras por empresas, Sazerac lidera el mercado estadounidense con 43,2 millones de cajas vendidas y un crecimiento del 3,2% en los estados regulados hasta septiembre. Le siguen Diageo (40,2 millones), Spirit of Gallo (37,2 millones) y Suntory Global Spirits (22,4 millones). El conjunto de las diez principales compañías suma 226 millones de cajas y una variación negativa del 1,4%. El resto del mercado aporta 77 millones de cajas y crece un 1,1%. El total del sector alcanza los 303 millones de cajas con una ligera bajada del 0,9%.

El informe subraya que la evolución positiva del sector depende en gran medida del impulso que aportan los cócteles listos para consumir. Sin esta categoría, el mercado habría sufrido una contracción más acusada durante el último año.