vinetur

# Los cócteles en lata conquistan el mercado de alcohol en Estados Unidos ante la preocupación económica

Las ventas de bebidas espirituosas superan a la cerveza y el vino gracias al auge de los productos listos para beber

miércoles 11 de febrero de 2026



El consumo de bebidas alcohólicas en Estados Unidos está cambiando. Según el informe económico anual publicado el 6 de febrero por el Distilled Spirits Council of the United States (DISCUS), los estadounidenses están comprando más bebidas espirituosas, pero gastan menos dinero en ellas. El motivo principal es la preocupación por la economía, que se encuentra en uno de sus peores momentos de las últimas seis décadas.

El crecimiento de los cócteles listos para beber, conocidos como RTDs (ready-to-drink), explica este cambio. En 2025, las ventas de RTDs aumentaron un 17,1% en volumen, mientras que todas las demás categorías de bebidas espirituosas bajaron. Los cócteles en lata tienen un precio mucho menor que otras bebidas como el whisky envejecido, lo que los hace más accesibles para los consumidores preocupados por su presupuesto.

DISCUS ha querido dejar claro que no se está produciendo una “depremiumización” del mercado. Según Hasan Bakir, director senior de estudios económicos de DISCUS, hasta 2022 la tendencia era que los consumidores elegían bebidas espirituosas más caras frente a las más baratas. Sin embargo, en 2025 esa tendencia se detuvo y el consumo se centró en productos más asequibles. Si se excluyen los RTDs de las cifras, tanto el volumen como el valor de las ventas del resto de bebidas espirituosas descendieron a niveles similares.

A pesar de esta situación, el sector de las bebidas espirituosas ha conseguido aumentar su cuota de mercado frente a la cerveza y el vino. En 2025, los estadounidenses gastaron el 42,4% de su presupuesto destinado a alcohol en bebidas espirituosas, frente al 41,8% en cerveza y solo el 15,7% en vino. En el año 2000, la cerveza representaba el 55,5% del gasto y las bebidas espirituosas solo el 28,7%. Este cambio refleja una preferencia por productos que ofrecen mayor valor por el dinero invertido.

El mercado del vino y la cerveza no atraviesa un buen momento. Según Jon Moramarco, analista del sector vinícola, las ventas de vino cayeron alrededor del 3% en 2025 y muchas bodegas están a la venta. Las ventas de cerveza también bajaron un 3,7% en valor según datos de NIQ. Esto indica que los adultos estadounidenses no solo están cambiando botellas de whisky o ron por cócteles en lata, sino que también están dejando la cerveza y el vino por estas nuevas opciones.

Rob McMillan, otro analista del sector vinícola, señaló recientemente que si las bodegas quieren captar nuevos clientes tendrán que quitárselos a la cerveza y a las bebidas espirituosas. Aunque los tres sectores colaboran en cuestiones como aranceles o información sobre salud y alcohol, compiten entre sí por atraer a los consumidores.

La popularidad de los RTDs también se debe a su capacidad para atraer a adultos jóvenes con sabores novedosos y combinaciones originales. Chris Swonger, presidente de DISCUS, explicó que la industria ha sabido lanzar nuevos productos y sabores al mercado para captar la atención y el gusto de los consumidores mayores de 21 años.

Las grandes empresas productoras de bebidas espirituosas operan a nivel internacional y cuentan con marcas procedentes de diferentes países. Sin embargo, la política arancelaria estadounidense ha supuesto un problema para el sector. El año pasado se impusieron nuevos aranceles bajo la presidencia de Donald Trump y esto provocó que los importadores estadounidenses pagaran más de 200 millones de dólares solo hasta octubre. Además, Canadá cerró gran parte de su mercado a las exportaciones estadounidenses como respuesta a estos aranceles, lo que redujo las exportaciones a una cuarta parte respecto al año anterior.

En cuanto al resto del mercado de bebidas espirituosas en Estados Unidos durante 2025, las ventas por volumen bajaron un 2,2% en vodka, un 0,3% en tequila y mezcal y un 1% en whisky americano. El whisky americano fue la categoría menos afectada fuera del segmento RTD. El vodka sigue siendo la bebida embotellada más vendida con una proporción muy superior al tequila o mezcal. Aunque el tequila había mostrado buenos resultados en años anteriores, los consumidores optaron por botellas menos costosas durante 2025.

Swonger afirmó que el sector atraviesa un momento complicado pero mantiene su fortaleza gracias al atractivo que tienen los cócteles para los consumidores. Según sus palabras recogidas por Wine-Searcher, no se trata tanto de competir con la cerveza o el vino sino de conseguir que quienes buscan una bebida alcohólica prefieran elegir una bebida espirituosa.