vinetur

Las bebidas RTD rozan los 200 millones de libras en la hostelería británica

NIQ sitúa el crecimiento de la categoría por encima del mercado hostelero de bebidas alcohólicas

martes 23 de junio de 2026



Las ventas de bebidas listas para tomar, conocidas como RTD por sus siglas en inglés, rozaron los 200 millones de libras en bares, pubs y restaurantes de Reino Unido en los doce meses hasta finales de 2025. Los datos de NIQ sitúan el avance del valor de esta categoría en el 2,6%, por encima del conjunto del mercado de bebidas con alcohol en hostelería.

La firma de medición precisa que ese aumento se produjo pese a una caída del 4,5% en la distribución. Al mismo tiempo, el ritmo medio de venta subió un 7,4% en ese mismo periodo, lo que apunta a una mayor rotación en los locales donde estos productos ya están presentes.

NIQ sostiene que el mercado británico sigue poco desarrollado si se compara con Australia. En ese país, más de la mitad de los consumidores compra RTD y la categoría representa el 14% de las ventas de combinados largos con alcohol y destilados. En Reino Unido, en cambio, apenas supone el 0,9% del gasto en esas mismas categorías dentro de bares, pubs y restaurantes.

La consultora considera que estas bebidas están poco aprovechadas en la hostelería británica y que a menudo se perciben como un producto más propio del canal de alimentación. Calcula además que, si su cuota subiera al 3,5%, todavía muy por debajo del nivel australiano, el mercado sumaría 645 millones de libras adicionales en ventas.

Por edades, el consumo se concentra más entre los adultos jóvenes. Los datos de BrandTrack, también de NIQ, señalan que el 69% de las personas de entre 18 y 34 años consume RTD. A eso se añade otro dato sobre el segmento premium: el 32% de sus consumidores bebe estas referencias con más frecuencia que hace un año.

En cuanto al tipo de local, los pubs de calle principal y los establecimientos de gran tamaño figuraron entre los puntos con mejor comportamiento para esta categoría en 2025, en parte por sus precios más asequibles. También aumentó en dos puntos porcentuales la proporción de personas que toma RTD a la hora del almuerzo y a media tarde durante el último año.

El verano sigue siendo uno de los momentos con más tirón para estas bebidas. Por formato, las botellas de vidrio dominan la categoría. El RTD de barril mantiene una presencia reducida y su distribución bajó hasta unos 4.300 locales en 2025. Aun así, NIQ señala que este formato genera ahora el mayor gasto por establecimiento dentro de la categoría y que su ritmo de venta avanzó un 48,5%.

Rachel Weller, responsable comercial para Reino Unido e Irlanda en NIQ, afirma que hay margen para que las marcas eleven con fuerza sus ventas en hostelería durante el verano y después. A su juicio, la rentabilidad del segmento no se corresponde todavía con su implantación real en los locales, por lo que proveedores y fabricantes tendrán que afinar mejor sus argumentos comerciales y ajustar su oferta a los momentos y lugares con más potencial.

La evolución de esta categoría importa al conjunto del negocio de bebidas porque abre espacio para nuevas referencias en bares y pubs y puede alterar el reparto de ventas entre cerveza, destilados y mezclas preparadas. También sugiere que parte del crecimiento futuro puede depender menos del lanzamiento de nuevos productos y más de ganar presencia en carta y mejorar la ejecución en sala.