vinetur

Las bebidas listas para tomar duplican su cuota y alcanzan el 8% del mercado alcohólico en Estados Unidos

El consumo de RTD crece entre jóvenes y desplaza a la cerveza, vodka y ginebra, especialmente en primavera y verano

martes 28 de octubre de 2025



Jóvenes brindando con Wine RTD en copa

El mercado de bebidas alcohólicas en Estados Unidos está experimentando cambios en los patrones de consumo estacional debido al avance de las bebidas listas para tomar, conocidas como RTD (Ready to Drink). Estas bebidas, que incluyen cócteles y combinados envasados tanto de destilados, como de cerveza o vinos, han pasado de ser una moda durante la pandemia a consolidarse como una categoría establecida. Según datos de IWSR, el volumen de RTD en Estados Unidos creció un 1% en 2024 y se prevé que mantenga este ritmo hasta 2029, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 1%. La cuota de RTD en el total de bebidas alcohólicas servidas ha pasado del 4% en 2019 al 8% en 2024, y se espera que alcance el 9% en 2029.

El crecimiento de las RTD está afectando principalmente al consumo de cerveza, pero también a algunas categorías de espirituosos como vodka, ginebra y aperitivos. Marten Lodewijks, presidente de IWSR US, explica que aunque la captación de nuevos consumidores de RTD se ha ralentizado, la frecuencia de consumo está aumentando, sobre todo entre los jóvenes adultos de la Generación Z y los Millennials. Estos grupos valoran los beneficios percibidos para la salud, las propiedades funcionales y la variedad que ofrecen las RTD. En 2025, el 55% de los consumidores de RTD en Estados Unidos se consideraban consumidores frecuentes, es decir, que las beben al menos una vez por semana, frente al 44% en 2023. El perfil de consumidor de RTD es amplio en cuanto a género, pero predomina entre los más jóvenes: el 57% son Millennials o pertenecen a la Generación Z.

El análisis de IWSR muestra que el crecimiento de las RTD tiene un marcado carácter estacional. El consumo aumenta de forma notable en primavera y principios de verano, mientras que la cerveza recupera protagonismo en los meses posteriores. Desde 2019, los volúmenes de RTD han subido entre un 4% y un 17% de marzo a abril, pero descienden entre un 3% y un 11% de julio a agosto. Por el contrario, la cerveza suele registrar menores volúmenes en abril respecto a marzo, pero repunta en agosto frente a julio. Según datos del estudio Bevtrac de IWSR, el 14% de los consumidores estadounidenses eligieron una RTD en su última ocasión de consumo en abril de 2023, frente al 11% en septiembre del mismo año. Además, el 18% de los consumidores de RTD afirman que antes optaban por cerveza.

Las bebidas espirituosas también están viendo cómo parte de su cuota se traslada hacia las RTD, especialmente las que tienen base alcohólica de destilados. Las previsiones apuntan a que las RTD con base de espirituosos liderarán el crecimiento del segmento hasta 2029, impulsadas por la innovación y el desarrollo de nuevos productos. Los datos muestran que los volúmenes de vodka y ginebra disminuyen durante los meses de verano, mientras que las RTD con base de destilados aumentan sus ventas en abril, con incrementos mensuales del 7% al 10% desde 2019, y solo caídas moderadas en agosto respecto a julio. El estudio Bevtrac indica que el 7% de los consumidores de RTD han cambiado desde el vodka, y algunos bebedores de vodka y ginebra consideran las RTD como una alternativa válida.

El segmento de los aperitivos también se ha visto afectado. Aunque estos productos crecieron con fuerza entre 2019 y 2021, sus volúmenes se han estabilizado desde 2022, coincidiendo con el avance de las RTD con base de espirituosos. Los consumidores que han incrementado su consumo de RTD suelen atribuirlo a preferencias estacionales durante la primavera (25% en marzo de 2024 y 2025), mientras que en otoño señalan la conveniencia como principal motivo (38% en septiembre de 2024).

Los datos recogidos por IWSR muestran que las RTD tienen una mayor presencia entre los consumidores durante el inicio del verano, mientras que la cerveza gana peso en los meses posteriores. Al mismo tiempo, vodka, ginebra y aperitivos pierden cuota frente a las RTD con base de destilados. Los factores que influyen en este cambio incluyen el recuerdo del consumidor, las sustituciones entre categorías y las motivaciones de consumo, lo que está generando una transformación en los patrones estacionales de consumo de bebidas alcohólicas en Estados Unidos.