vinetur

El mercado de bebidas RTD prevé crecer un 12% y alcanzar 40.000 millones de dólares en 2027

El sabor es el principal motivo de compra y la innovación tecnológica impulsa nuevas propuestas en el sector

lunes 29 de diciembre de 2025



Las bebidas conocidas como RTD, siglas de “ready-to-drink”, incluyen tanto opciones alcohólicas como no alcohólicas que se pueden consumir directamente, sin necesidad de preparación adicional. Este tipo de productos, que abarcan cócteles y combinados

envasados tanto de vinos, como de destilados y cervezas, comenzaron a comercializarse a finales del siglo XX. Ya en 2002, algunos medios especializados señalaban que estas bebidas estaban cambiando los hábitos de consumo, permitiendo a los usuarios llevarlas consigo y consumirlas en diferentes lugares, sin las limitaciones tradicionales asociadas a otras bebidas.

En 2024, las RTD han alcanzado una presencia generalizada en el mercado. Un ejemplo de ello fue su protagonismo en la feria ProWein 2024, celebrada en Düsseldorf, donde la nueva área ProSpirits reunió a numerosos expositores que presentaron sus propuestas en este segmento. Las RTD han conseguido una reputación positiva entre los consumidores por su sabor y por la variedad de combinaciones posibles. Los fabricantes mezclan alcoholes como vino o destilados con refrescos, zumos o siropes para crear nuevos sabores que buscan adaptarse a las tendencias actuales y a las preferencias del público.

Según datos de la consultora Mintel, el principal motivo de compra de estas bebidas es el gusto: un 64% de los consumidores afirma elegirlas por su sabor preferido. Otros factores influyen también en la decisión: un 42% busca probar nuevos sabores, un 39% prefiere un tipo concreto de alcohol y un 38% aprovecha ofertas en supermercados. El precio bajo es importante para el 36%, mientras que el 31% se decanta por marcas conocidas. Estos porcentajes se han mantenido estables en los últimos años.

Las ocasiones de consumo son variadas. Un 54% valora poder disponer de estas bebidas listas para tomar en cualquier momento; un 50% las consume en compañía; un 49% prefiere hacerlo en casa; un 43% opta por ellas en eventos al aire libre; un 42% durante el verano y un 24% simplemente para darse un capricho.

En ProWein 2024 se pudieron ver tanto clásicos como combinados de ron o whisky con refresco y gin-tonic listos para tomar. Ejemplos concretos fueron los productos presentados por Bimmerle (Achern) o la versión sin alcohol del Pitú Caipirinha ofrecida por semper idem Underberg AG. También hubo presencia de cócteles basados en ron, como los ponches y el Rhum Arrange de Rhum Damoiseau (Guadalupe) o productores de Mauricio. Entre las novedades llamó la atención el “Sundowner”, elaborado con ron mauriciano.

El segmento RTD no se limita a bebidas con base de destilados. También existen opciones elaboradas a partir de vino, cada vez más populares tanto entre quienes buscan alternativas con menos alcohol como entre quienes prefieren opciones sin alcohol. En la feria se pudieron encontrar productos como Aigua de Valencia, Un Abrazo Perfecto o Sangría Vittore del productor Cherubino Valsangiacomo. Además, empresas como Ardent Batch ofrecieron versiones listas para tomar de cócteles clásicos preparados al estilo profesional: Aviation, Cosmopolitan, Negroni (en versiones blanca y roja), Espresso Martini u Old Fashioned. La firma francesa Le Barteleur presentó Mai Tai y Manhattan listos para servir.

Estas versiones permiten tanto al comercio minorista como al canal horeca ofrecer cócteles y combinados elaborados con estándares altos de calidad sin necesidad de personal especializado.

Una novedad tecnológica presentada este año fue el primer cóctel RTD europeo creado íntegramente mediante inteligencia artificial. La bodega Katlenburger Kellerei GmbH & Co. KG colaboró con la agencia WIN Creating Images para desarrollar desde la receta hasta el diseño del envase y los materiales promocionales utilizando herramientas digitales avanzadas. Este producto se mostró por primera vez al público profesional durante ProWein 2024.

Según el estudio IWSR RTDs Strategic Study 2023, se prevé que el segmento RTD crezca un 12% entre 2022 y 2027 hasta alcanzar ventas por valor de 40 mil millones de dólares en diez mercados clave. El impulso principal vendrá dado por los cócteles y combinados listos para tomar, así como por productos situados en segmentos premium y superiores.

ProWein 2024 ha servido como punto de encuentro para profesionales del comercio minorista, hostelería y bares interesados en conocer las últimas tendencias y novedades dentro del sector RTD.