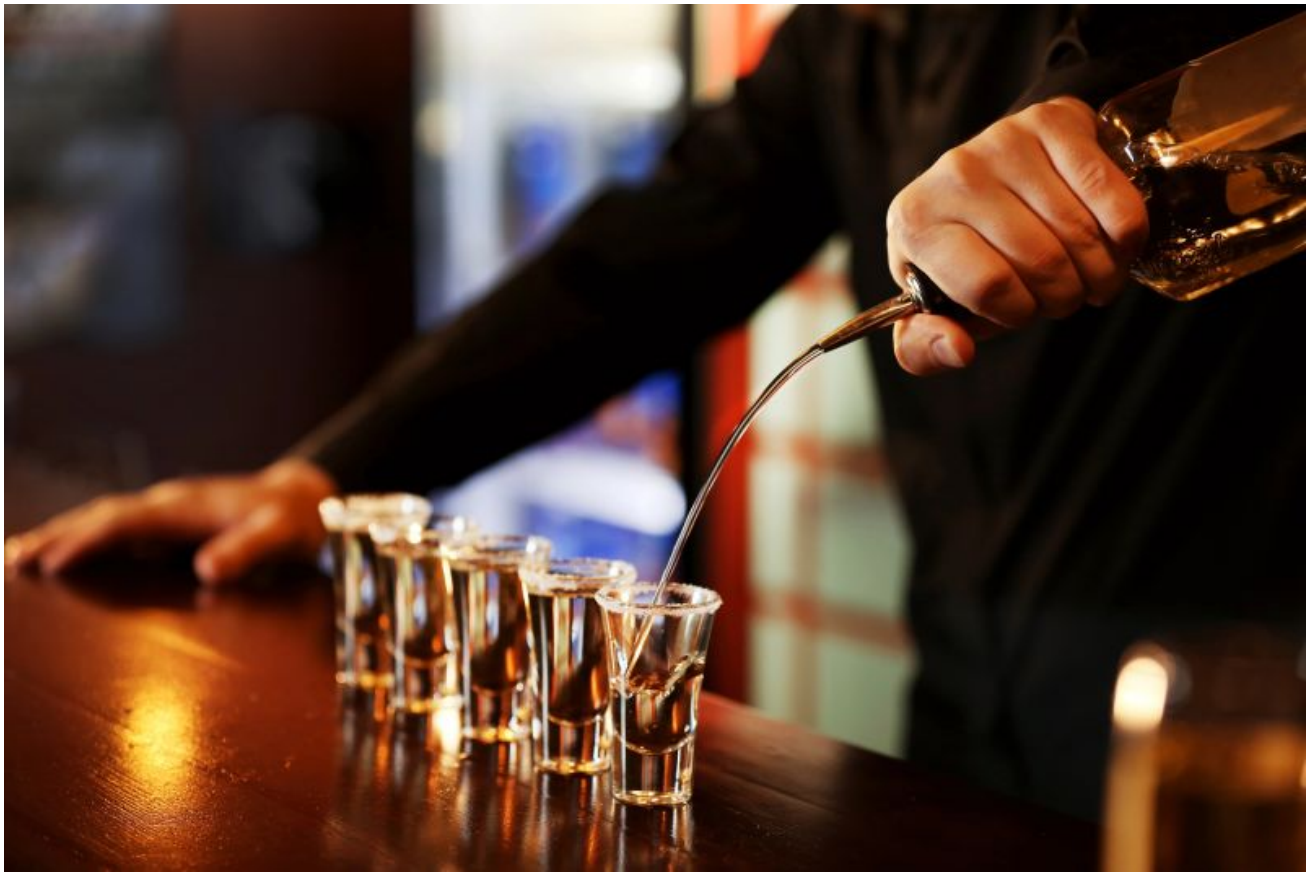
vinetur

Las ventas de espirituosas caen un 3,8% en España

El mercado cerró el año 2025 con 173 millones de litros vendidos. Las RTD crecen un 21%. El gasto en bebidas espirituosas por español fuera del hogar alcanzó los 52€.

viernes 5 de junio de 2026



Las ventas de bebidas espirituosas en España cerraron 2025 con una caída del 3,8% y se situaron en 173 millones de litros, según el Informe Socioeconómico del Sector de Bebidas Espirituosas 2025 presentado este viernes, 5 de junio, en el Congreso Nacional de Bebidas Espirituosas, que se celebra en Alicante. El documento recoge al mismo

tiempo un avance de las referencias sin alcohol o de baja graduación y un aumento del 21,1% en los productos listos para beber, conocidos como ready to drink (RTD).

Los datos apuntan a un cambio en los hábitos de consumo en un mercado maduro. La Federación Española de Bebidas Espirituosas indica que el consumidor no abandona la categoría, pero compra con menor frecuencia, planifica más el gasto y presta más atención a la calidad, a la experiencia y al momento en que consume. Esa evolución coincide con una menor presencia del consumo nocturno y con más peso de las ocasiones diurnas, sobre todo en hostelería.

El informe también atribuye parte de esta evolución a la inflación. Según la patronal, los precios de las bebidas espirituosas han acumulado subidas de entre el 20% y el 30% en España durante los últimos cinco años. Ese aumento ha afectado a toda la cadena de valor y ha condicionado tanto la fabricación y la comercialización como las decisiones de compra.

Bosco Torremocha, director de Espirituosos España, explicó durante la presentación que la bajada del 3,8% en volumen debe interpretarse dentro de una transformación más amplia de los hábitos sociales, del ocio y de la relación del consumidor con las bebidas alcohólicas. Torremocha señaló que el consumidor bebe menos veces, pero selecciona más lo que toma, una pauta que, a juicio del sector, abre margen para impulsar la innovación, la calidad, la hostelería, la internacionalización y nuevas formas de consumo ligadas a la experiencia.

Dentro de ese cambio gana espacio el segmento sin alcohol. La federación pone el foco en el avance de las bebidas de baja o nula graduación y en el buen comportamiento de los ready to drink. Para la organización empresarial, estos formatos responden a una demanda de opciones más flexibles y adaptadas a nuevos estilos de vida.

La hostelería siguió siendo el principal canal de venta en 2025. Concentró el 58,6% del volumen comercializado, frente al 41,4% del canal de alimentación. El gasto anual por persona fuera del hogar alcanzó los 52 euros, mientras que el consumo doméstico se situó en 9 euros. Esa diferencia confirma el peso que mantiene bares, restaurantes y locales de ocio en esta categoría, aunque con pautas distintas a las de años anteriores.

En producción, el sector elaboró 322 millones de litros de bebidas espirituosas durante 2025. De esa cantidad, 149 millones se destinaron a exportación. Con esas cifras, España se situó como sexto productor de bebidas espirituosas dentro de la Unión Europea.

La información presentada en Alicante refleja así un mercado que reduce volumen pero modifica su composición. Bajan las ventas totales, suben las propuestas sin alcohol y avanzan los formatos preparados para consumir. El sector interpreta este movimiento como una adaptación a un consumidor más selectivo y más atento al gasto tras varios años de subida de precios.