vinetur

La rebaja fiscal dispara la cerveza de baja graduación en Reino Unido

Su cuota salta del 0,4% a más del 12% tras la reforma del impuesto sobre el alcohol

miércoles 17 de junio de 2026



Las ventas de cerveza de baja graduación han aumentado con fuerza en Reino Unido desde la reforma fiscal aplicada al alcohol, según los datos difundidos por la patronal British Beer and Pub Association (BBPA) y el análisis elaborado por Oxford Economics.

El cambio ha modificado el peso de estas referencias en el mercado y ha dado más espacio a productos con entre 1,3% y 3,4% de alcohol.

De acuerdo con esas cifras, este segmento representaba solo el 0,4% del mercado cervecero británico en 2022. En 2025 ya superaba el 12%. El salto coincide con la entrada en vigor del nuevo sistema de impuestos especiales, que grava las bebidas según su graduación alcohólica y favorece a las opciones con menos alcohol.

La reforma del duty sobre el alcohol entró en marcha en agosto de 2023. Desde entonces, las cervezas con menor graduación pagan menos impuesto que las versiones convencionales. Ese incentivo fiscal ha llevado a varias compañías a reformular parte de su oferta y a lanzar nuevas referencias para bares, pubs y supermercados.

La BBPA sostiene que el nuevo esquema ha cambiado tanto la producción como el consumo. Según la organización, la diferencia fiscal entre una cerveza estándar y otra de menor graduación ha dado a fabricantes y distribuidores una razón clara para ampliar catálogo. Oxford Economics añade que esa señal fiscal también ha influido en el precio final y en la decisión de compra del consumidor.

El efecto se ha visto con especial claridad en el canal hostelero. En pubs y bares, donde el precio por pinta tiene un peso directo en la demanda, las cervezas con menos alcohol han ganado presencia en grifos y cartas. El informe apunta a que muchos operadores han encontrado en estas referencias una forma de ajustar precios sin salir del segmento cervecero.

La evolución también refleja un cambio más amplio en los hábitos de consumo. En los últimos años, una parte del público británico ha reducido su ingesta de alcohol o busca bebidas más ligeras para determinados momentos del día. La ventaja fiscal no explica por sí sola todo el aumento, pero sí ha acelerado una tendencia que ya estaba presente.

Para la industria, el cambio tiene efectos directos sobre inversión y planificación. Las empresas deben decidir si adaptan recetas, modifican procesos o reservan capacidad para nuevas gamas. En un mercado muy sensible al precio, una diferencia pequeña en impuestos puede alterar márgenes, promociones y posicionamiento comercial.

El caso británico vuelve a poner sobre la mesa el papel de la fiscalidad como herramienta para orientar el consumo. Cuando el impuesto se vincula al grado alcohólico, las empresas tienen más motivos para reducirlo si eso mejora su posición en lineal o en barra. El resultado es una oferta distinta a la de hace pocos años.

La información difundida por Yahoo News a partir de los datos sectoriales apunta a que esta transformación ya no es marginal. Pasar del 0,4% a más del 12% del mercado en tres años muestra un cambio rápido en una categoría que hasta hace poco tenía un peso muy limitado dentro de la cerveza vendida en Reino Unido.

El movimiento puede tener además consecuencias fuera del país. Otros mercados europeos siguen con atención cómo responden fabricantes y consumidores cuando cambia la estructura impositiva del alcohol. Para productores, distribuidores y hostelería, Reino Unido se ha convertido en un caso útil para medir hasta qué punto los impuestos pueden empujar la reformulación y alterar la demanda.