vinetur

La cerveza sin alcohol se afianza en Reino Unido

El 94% de sus consumidores también bebe alcohol y consolida la alternancia en pubs y bares

jueves 18 de junio de 2026



El 94% de las personas que beben cerveza sin alcohol en Reino Unido también consume bebidas con alcohol, según una investigación elaborada por KAM Insight junto a la cervecera estadounidense Athletic. El estudio apunta a un cambio en los hábitos de consumo y refuerza la idea de que la moderación no implica renunciar por completo al alcohol, sino alternar entre distintas opciones en una misma salida.

Los datos, difundidos este miércoles, 17 de junio, muestran además que solo el 27% de los consumidores sociales se limita exclusivamente a beber cerveza con alcohol durante una noche fuera de casa. La mayoría combina categorías, una pauta que gana peso en pubs y bares y que está modificando la forma en que se perciben las bebidas sin alcohol o de baja graduación.

La investigación pone cifras a una práctica conocida en el sector como alternancia entre bebidas con alcohol y sin alcohol. En Reino Unido, casi la mitad de la población, un 48%, ya sigue ese patrón cuando acude al pub. Esa conducta sugiere que la ronda tradicional ha cambiado y que el consumo moderado pasa cada vez más por introducir referencias sin alcohol dentro de ocasiones que antes estaban ligadas solo a cerveza o destilados convencionales.

El informe recoge también que más de la mitad de los británicos, un 56%, cree que la cerveza sin alcohol está entrando en el consumo habitual del país. A esa percepción se suma otro dato: el 60% considera que estas cervezas tienen un posicionamiento de vino premium o cerveza de graduación completa en términos de calidad. Para KAM Insight y Athletic, esa evolución refleja que una parte del público ya no asocia la moderación con una pérdida de sabor o nivel de producto.

La aceptación en hostelería también aparece en los resultados. El 56% de los británicos afirma que ya bebe cerveza sin alcohol en pubs y bares. Esa presencia en el canal puede tener efectos directos sobre surtidos, cartas y estrategia comercial, porque apunta a un consumidor que no abandona las bebidas alcohólicas, pero sí pide más alternativas para combinar momentos y ritmos de consumo dentro de una misma visita.

Athletic ha ampliado mientras tanto su presencia en Reino Unido. La compañía ha llevado sus cervezas a un público más amplio tras lograr su entrada en la cadena Whole Foods y en Wise Bartender, especializada en bebidas sin alcohol por internet.

La fundadora de Club Soda, Laura Willoughby MBE, ya defendió el pasado año que la cerveza sin alcohol debe venderse por lo que ofrece y no por lo que le falta. Willoughby, que trabaja para impulsar estas opciones entre empresas del sector y consumidores, sostuvo además que este tipo de producto puede presentarse como

bebida funcional y subrayó sus posibles beneficios para la salud frente a la cerveza convencional.

Los datos conocidos este miércoles, 17 de junio, refuerzan así una tendencia con interés para fabricantes, distribuidores y hostelería: el avance de la moderación no está expulsando al alcohol del consumo social, sino abriendo espacio a una convivencia más amplia entre ambas categorías.