vinetur

La generación Z desmonta el mito de la moderación en el alcohol

Los jóvenes adultos ya beben casi al nivel del conjunto de la población adulta en 15 mercados clave

miércoles 15 de julio de 2026



La generación Z no se está alejando del alcohol al ritmo que una parte del sector daba por hecho. Un estudio de IWSR sitúa en el 74% la proporción de consumidores de edad legal para beber de esa franja que toma alcohol en 15 mercados clave, una cifra muy próxima al 76% del conjunto de la población adulta.

El dato supone una subida frente al 66% registrado hace tres años y, a juicio de IWSR, apunta a que los hábitos de consumo de la generación Z se han estabilizado en niveles parecidos a los de grupos de más edad. El presidente y consejero delegado de la firma, Marten Lodewijks, afirma que la idea de que esta generación es la de la moderación "ha quedado desmontada". Aun así, añade que los jóvenes adultos están creando nuevas pautas de relación con las bebidas alcohólicas.

El informe dibuja además un cambio en el grupo que menos bebe. Los baby boomers aparecen ahora como la generación con menor tasa de participación, con un 71%, dos puntos menos que hace tres años. También son quienes registran menos ocasiones de consumo y el menor número de bebidas por sesión, con una media de 2,6.

Por delante se sitúan los millennials, con una tasa del 81%, y la generación X, con un 77%. Lodewijks señala que el consumo entre los boomers lleva varios años bajando y sostiene que los últimos resultados muestran descensos mayores de lo previsto en las principales métricas.

IWSR matiza que el avance de la generación Z en participación no implica que beba igual que sus predecesores en todos los aspectos. En los seis últimos meses, el 84% declaró haber tomado cócteles, el porcentaje más alto entre todas las generaciones analizadas. Además, el 49% aseguró prestar atención a las recomendaciones oficiales sobre salud relacionadas con el alcohol, también por encima del resto. Otro rasgo diferencial es el componente social: el 18% dijo que su ocasión de consumo más reciente fue en grupos de cinco o más personas.

La firma sostiene que la moderación sí se está asentando en el conjunto del mercado, pero no por una caída del número de consumidores. En los países analizados, los bebedores dicen consumir alcohol con menos frecuencia y tomar menos bebidas en cada ocasión. La media ha bajado a 3,9 consumiciones por sesión, frente a las 4,4 recogidas en estudios anteriores. Lodewijks interpreta este movimiento como un cambio ligado al estilo de vida más que a una reacción temporal a la presión económica.

En Reino Unido, la tasa general de participación en alcohol se mantuvo en el 82%, mientras que entre la generación Z pasó del 66% al 76% en tres años. En Estados Unidos, la tasa total siguió estable en el 70%, aunque entre los jóvenes adultos subió ligeramente hasta el 71%. India registró uno de los mayores avances: entre consumidores urbanos de renta alta de la generación Z, la participación pasó del 60% al 80%. En China, el consumo se mantuvo alto en todas las generaciones y la generación Z siguió en el 85%.

IWSR añade que la generación Z representa ahora el 17% de la población consumidora de alcohol en el mundo y prevé que ese peso aumente a medida que más personas alcancen la edad legal para beber.

Para productores y distribuidores de vino, cerveza y espirituosos, estos datos pueden alterar algunas previsiones comerciales. La participación juvenil no cae, pero sí cambian la frecuencia y el volumen por ocasión, un patrón que puede influir en el surtido, los formatos y las propuestas dirigidas a consumidores jóvenes adultos.