vinetur

¿Qué se bebe en Latinoamérica?

El vino pierde volumen, la cerveza refuerza su posición, los RTD aceleran y los destilados conservan peso cultural en Latinoamérica

jueves 16 de julio de 2026



La cerveza sigue siendo la bebida alcohólica con más peso en Latinoamérica en 2026. Los datos disponibles hasta julio muestran que la lager clara de producción industrial mantiene una ventaja amplia por volumen, presencia en el comercio y frecuencia de consumo. Después aparecen los destilados ligados a cada país, el vino con un papel más fuerte en el Cono Sur y, en cuarto lugar, las bebidas listas para tomar, conocidas como RTD, que avanzan con rapidez aunque aún están lejos del tamaño de la cerveza.

Kirin Holdings calcula que Centro y Sudamérica consumieron 37.647 millones de litros de cerveza en 2024. Brasil aportó 15.304 millones, México 10.787 millones y Colombia 2.634 millones. Entre los tres reunieron cerca del 76% del volumen de ese bloque. Brasil fue el tercer mercado cervecero del mundo, México el cuarto y Colombia el decimocuarto.

La lectura cambia cuando se pasa del volumen a la identidad de consumo. En México pesan tequila y mezcal; en Brasil, la cachaça; en Colombia, el aguardiente anisado; en Perú y Chile, el pisco; en Bolivia, el singani; en buena parte de Centroamérica y el Caribe, el ron y otros aguardientes de caña; y en Argentina, el fernet mezclado con cola. Estas categorías tienen un valor cultural y comercial alto, pero casi nunca superan a la cerveza en litros de bebida terminada.

El vino conserva una posición propia en Argentina, Uruguay y Chile, aunque también pierde terreno en volumen. La Organización Internacional de la Viña y el Vino sitúa el consumo argentino de 2025 en 7,5 millones de hectolitros, un 2,6% menos que el año anterior y quinto descenso anual consecutivo. La misma organización cifra la caída del consumo mundial de vino en un 2,7%.

La categoría con más impulso es la de los RTD, que incluye cócteles y combinados ya preparados. IWSR señala que fue la única gran familia de bebidas alcohólicas que aumentó su volumen en 2025, con un alza del 3% a escala internacional. En Brasil, durante el primer semestre de 2025, este segmento avanzó un 10%.

La posición dominante de la cerveza se apoya en varios factores: precio por unidad más bajo que una botella de vino o un destilado, amplia red de frío y reparto, menor graduación que facilita consumos largos y una presencia muy extendida en tiendas pequeñas, supermercados, bares y restaurantes. Euromonitor estima un promedio regional de 57,4 litros por habitante, con México en 78,5 litros y Brasil en 69,1. Kirin ofrece otra medición para 2024 con 83,4 litros por persona en México, 70,3 en Brasil, 86,1 en Panamá y 61,8 en Puerto Rico.

Ese liderazgo no implica que todos los mercados avancen al mismo ritmo. IWSR registró una caída del 4% en volumen para la cerveza brasileña en 2025 y un descenso del 5% en valor. En México, por el contrario, la cerveza creció un 2% durante el primer

semestre de ese año.

Dentro de la propia categoría ganan espacio las lager económicas cuando baja el poder adquisitivo, las referencias premium accesibles y las variantes sin o con baja graduación. Euromonitor prevé para estas últimas un crecimiento anual medio del 11,1% entre 2023 y 2028 en Latinoamérica. Ese avance beneficia a las compañías cerveceras, pero no aumenta el alcohol consumido cuando se trata de productos 0.0.

México resume bien la diferencia entre fama exterior y consumo interno. El Consejo Regulador del Tequila informa de que el país produjo 495,8 millones de litros de tequila en 2024 y exportó 400,3 millones, equivalentes al 80,7% de esa producción anual. Al mismo tiempo, Kirin sitúa el consumo cervecero mexicano en 10.787 millones de litros ese mismo año. El tequila gana peso por imagen exterior, precio y coctelería; la cerveza lo hace por frecuencia de compra.

En Brasil ocurre algo parecido con la cachaça. Euromonitor sitúa a la cerveza por encima del 90% del consumo nacional medido por volumen. Un modelo tributario basado en compras domésticas asigna un 86,5% a cerveza, un 9,3% a cachaça, un 3% a vino y un 1,2% a otros destilados. Aun así, la cachaça mantiene una base industrial amplia: el Ministerio de Agricultura brasileño registraba en 2024 un total de 1.266 establecimientos elaboradores y más de 7.200 productos.

En Colombia la cerveza sigue siendo la mayor categoría total y el aguardiente ocupa el primer lugar dentro de los destilados. IWSR calcula que el mercado alcohólico colombiano aumentó un 1% en el primer semestre de 2025 y prevé una subida del 26% en el número anual de raciones entre 2025 y 2035.

Perú y Chile muestran otro patrón repetido en la región: una bebida nacional muy visible convive con una cerveza mucho más grande por volumen. El Ministerio de la Producción peruano estimó una producción de pisco cercana a los 7,9 millones de litros en 2024. USDA/FAS sitúa a la cerveza cerca del 90% del mercado alcohólico peruano en 2025 y calcula una producción próxima a los 1.106 millones de litros. En Chile, USDA atribuye a la cerveza el 77% de las ventas alcohólicas por volumen y un consumo per cápita de 59 litros en 2022.

En República Dominicana también se repite esa diferencia entre símbolo nacional y bebida cotidiana. Euromonitor calcula que la cerveza representó alrededor del 90% del volumen alcohólico vendido en 2024, mientras que el ron conserva una posición central para la identidad del país y sus exportaciones.

El vino mantiene su mayor arraigo relativo en Argentina, Uruguay y Chile. Aun así, tampoco lidera por litros vendidos frente a la cerveza. Associated Press informó este año con datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura argentino que el consumo cayó hasta un mínimo histórico per cápita de 15,7 litros en 2025. En Uruguay se vendieron en 2024 unos 98,3 millones de litros de cerveza frente a 52,2 millones de litros de vino nacional.

La OIV añade otro matiz sobre Brasil: calcula para 2025 un consumo aparente de vino de 440 millones de litros, un 41,9% más sobre una base anómala del año anterior. La organización recuerda que esta medida se obtiene con producción más importaciones menos exportaciones e inventarios estimados, por lo que no equivale siempre al consumo real copa a copa.

Más allá del reparto entre categorías, las cifras apuntan a cambios comunes en varios mercados: menos compras automáticas, mayor atención al precio final y más peso del consumo doméstico frente al bar o restaurante para las ocasiones corrientes. IWSR calcula que el mercado mundial de bebidas alcohólicas cayó un 2% en volumen durante 2025, tercer descenso anual seguido.

En Latinoamérica no hay una sola trayectoria regional. Brasil retrocedió ese año mientras México y Colombia avanzaron durante la primera mitad del ejercicio. IWSR prevé además que entre 2025 y 2035 las raciones anuales aumenten un13% en México y un26% en Colombia.

Las tiendas pequeñas siguen siendo decisivas para explicar qué se bebe y cuánto se vende. En países como México, Guatemala, Bolivia, Ecuador, Colombia o Perú concentran proximidad, producto frío y formatos retornables o unitarios ajustados al gasto diario. En otros mercados los supermercados pesan más para surtidos amplios o gamas premium.

También hay límites para medir todo lo que se consume. La Organización Panamericana de la Salud estimaba que el alcohol no registrado suponía un13,8% del total consumido en las Américas en 2019. Esa bolsa incluye contrabando, producción doméstica o bebidas tradicionales fuera del circuito formal.

Con los datos disponibles hasta julio de este año, la foto regional es estable: la cerveza domina con mucha distancia; los destilados nacionales conservan su papel central para cada país; el vino resiste sobre todo en el sur pero pierde fuerza estructural; y los RTD ganan espacio como formato práctico para nuevas ocasiones de consumo.