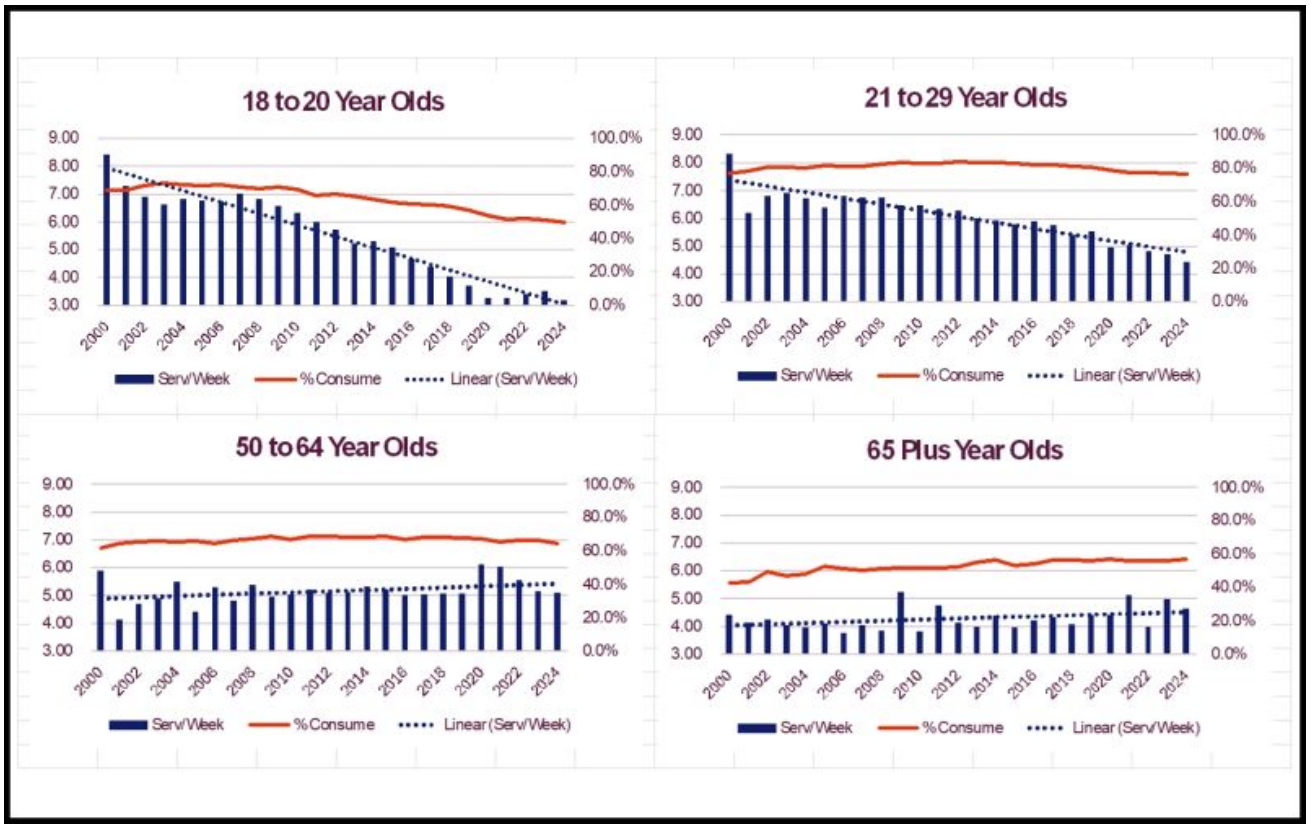
vinetur

¿Qué generación bebe más alcohol en Estados Unidos según una encuesta con un millón de personas?

Un estudio analiza 25 años de datos para comparar participación e intensidad entre distintos grupos de edad

jueves 27 de agosto de 2026



El descenso del consumo de bebidas alcohólicas en Estados Unidos no puede atribuirse solo a la Generación Z ni a los baby boomers. Esa es la tesis de Bw166, firma estadounidense de análisis de mercado y consultoría para el negocio del vino, la cerveza y los destilados, a partir de datos de la National Survey on Drug Use and Health (NSDUH), una de las mayores encuestas del país sobre hábitos de consumo.

La lectura de la firma parte de una idea simple: para entender qué está pasando no basta con mirar qué generación bebe más o menos, sino también con qué frecuencia lo hace y cuántas consumiciones toma en cada ocasión. En su análisis, Bw166 sostiene que los jóvenes beben menos veces y toman menos raciones cuando beben, mientras que los mayores reducen el consumo de forma natural con la edad. Por eso, a su juicio, el problema afecta a varias cohortes al mismo tiempo.

La base estadística que usa la consultora cubre 25 años, entre 2000 y 2024, y reúne cerca de un millón de entrevistados, con unos 40.000 por año. Bw166 subraya ese volumen muestral para justificar que la NSDUH es, en su opinión, la mejor serie disponible para seguir la evolución del consumo de alcohol en Estados Unidos. La firma añade que, en ese mismo periodo, las encuestas de Gallup habrían sumado menos de 40.000 respuestas en total.

El estudio trabaja con dos indicadores. El primero es el porcentaje de cada grupo de edad que declara consumir bebidas alcohólicas. El segundo es la media de consumiciones por semana, calculada a partir del número de ocasiones de consumo durante el año y de las raciones medias en cada una de ellas. Bw166 denomina a ese segundo dato “intensidad”. La consultora advierte, además, de un límite importante: los encuestados tienden a declarar menos alcohol del que realmente consumen. En el conjunto del periodo analizado, los adultos que afirmaban beber dijeron tomar una media de 5 consumiciones semanales, mientras que los volúmenes de mercado apuntarían a unas 15.

Entre los jóvenes de 18 a 20 años, en su mayoría estudiantes por debajo de la edad legal para beber en Estados Unidos, la bajada es clara. La proporción de quienes afirmaron consumir alcohol pasó del 70% al 50%, y la media semanal cayó de 7 a 3 consumiciones. Bw166 sitúa el inicio de esa tendencia en 2009. Primero la atribuye a

los millennials más jóvenes y después a la Generación Z. La firma interpreta que la reducción del consumo entre menores de edad es una noticia positiva, aunque también puede indicar que beber ha dejado de funcionar como rito de paso para una parte de los jóvenes.

En la franja de 21 a 29 años, formada en 2024 sobre todo por miembros de la Generación Z, el patrón cambia. Los descensos comenzaron en 2012 y, según Bw166, probablemente responden a la evolución de esos mismos millennials jóvenes que antes aparecían en el grupo de 18 a 20 años. En este tramo, la participación apenas se mueve y sigue cerca del 75%, lo que sugiere que muchos que no bebían en la universidad empiezan a hacerlo al alcanzar la edad legal. La bajada aparece en la intensidad: la media semanal pasa de 6,5 a 4,5 consumiciones, alrededor de un 30% menos.

Para la consultora, ese dato tiene implicaciones directas para el mercado estadounidense. Si esta cohorte mantiene en el tiempo niveles de consumo inferiores a los de las generaciones anteriores, el volumen total seguirá bajando. La cuestión, por tanto, no estaría tanto en cuántos jóvenes beben, sino en que quienes sí lo hacen consumen menos veces y en menor cantidad.

En los grupos de más edad, la evolución es más estable. Entre 50 y 64 años, el porcentaje de personas que declara beber se ha mantenido alrededor del 65%, y la media semanal se sitúa en 5 consumiciones. Bw166 añade que, entre 30 y 49 años, aunque esa franja no aparece en los gráficos difundidos, la participación se ha mantenido cerca del 75% y el consumo algo por encima de 5 por semana. Aun así, la firma aprecia una reducción lenta con el paso de los años tanto en la participación como en la intensidad.

Entre los mayores de 65 años, grupo en el que en 2024 se concentraba la mayor parte de los baby boomers, el análisis aprecia un comportamiento ligado al envejecimiento. A medida que sube la edad, baja tanto el número de personas que beben como la cantidad que dicen tomar. La entrada progresiva de los baby boomers en ese tramo elevó algo ambos registros, pero los niveles siguen por debajo de los observados entre 50 y 64 años. Con ese punto de partida, Bw166 considera equívoco atribuir a los baby

boomers la responsabilidad principal del ajuste del mercado.

A partir de estos datos, la firma sostiene que el sector de las bebidas alcohólicas tiene por delante una tarea más amplia que la simple disputa entre generaciones. Su planteamiento es recuperar ocasiones de consumo en varios grupos de edad. Bw166 recuerda que el último gran descenso del consumo en Estados Unidos se produjo en la década de 1980, cuando el alcohol no rivalizaba con la misma presión de otras categorías como las bebidas energéticas, las bebidas funcionales o las referencias con THC.

La consultora también cita el reparto de la renta disponible como otro factor de presión. Entre los elementos que menciona aparecen los préstamos estudiantiles, el gasto vinculado al automóvil, las apuestas online y otras formas de ocio digital. A eso suma las advertencias sanitarias sobre el alcohol, que, según su lectura, tienen mucha más presencia que los mensajes favorables difundidos por el propio sector. Bw166 añade que esos avisos llegan a los consumidores a través de buscadores, redes sociales, herramientas de inteligencia artificial, campañas de salud pública y entornos escolares.

En el mismo análisis, la firma recoge la inquietud de parte de la industria por posibles litigios sobre responsabilidad de producto y por una equiparación con el tabaco. También pone en duda la lectura de algunos trabajos sobre alcohol y cáncer cuando se apoyan en consumos autodeclarados, porque entiende que esas cifras suelen infravalorar la ingesta real. En esa misma línea, menciona la extensión de los fármacos GLP-1, usados para controlar la glucosa y el peso, como un elemento que podría reducir el consumo de alimentos y bebidas.

La NSDUH está gestionada por la Substance Abuse and Mental Health Services Administration, integrada en el Departamento de Salud y Servicios Humanos de Estados Unidos. La encuesta comenzó en 1978 y se realiza cada año desde 1990, con entrevistados a partir de los 12 años. Bw166 espera que los datos detallados de 2025 estén disponibles en el cuarto trimestre de 2026.