vinetur

¿Está perdiendo la cerveza su liderazgo fuera del hogar en España?

El consumo cae un 7,5%, con una bajada acumulada del 16,1%

lunes 31 de agosto de 2026



El consumo de cerveza de los españoles fuera del hogar volvió a bajar en 2025 y se situó en 18,4 litros por persona, frente a los 19,9 litros de 2024. El recorte fue del 7,5% en un año y amplía la bajada acumulada desde 2022 hasta el 16,1%, de acuerdo con el Informe del Consumo Alimentario en España 2025 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

La caída no afecta solo a la cerveza. El conjunto de las bebidas frías consumidas fuera de casa retrocedió un 9,4% entre 2022 y 2025, según el Ministerio. Dentro de ese grupo, las bebidas espirituosas son las que más terreno pierden, con un 16,9% menos en tres años. El agua envasada baja un 2,7% y los refrescos, un 4,2%. Por su peso dentro del mercado, la cerveza explica una parte amplia de ese descenso total.

Aun así, la cerveza sigue siendo la bebida fría más consumida fuera del hogar en España. En 2025 representó el 36,1% del volumen total, por delante del agua envasada, con el 33,3%, y de los refrescos, con el 18,3%. La diferencia con el año anterior, sin embargo, muestra un cambio en la composición del consumo. En 2024 la cerveza tenía una cuota del 37,3%, el agua del 32,4% y los refrescos del 17,5%.

Ese movimiento reduce la distancia entre la cerveza y el agua envasada. En 2024 había 4,9 puntos entre ambas categorías; en 2025 la separación se quedó en 2,8 puntos. El cambio no significa que el agua o los refrescos estén vendiendo más litros fuera de casa, porque el consumo total de bebidas frías también baja. Lo que muestran las cifras es que la cerveza pierde volumen a un ritmo mayor que otras categorías.

El reparto del mercado se completa con las bebidas de vino, que suponen el 6,9% del volumen consumido fuera del hogar en 2025, una décima menos que un año antes. Más atrás quedan las bebidas espirituosas, con el 2,2%; los zumos, horchatas y mostos, con el 2,1%; y la sidra, con el 1%.

Menos cerveza fuera del hogar en España

El consumo de bebidas frías y cerveza en hostelería cae entre 2022 y 2025



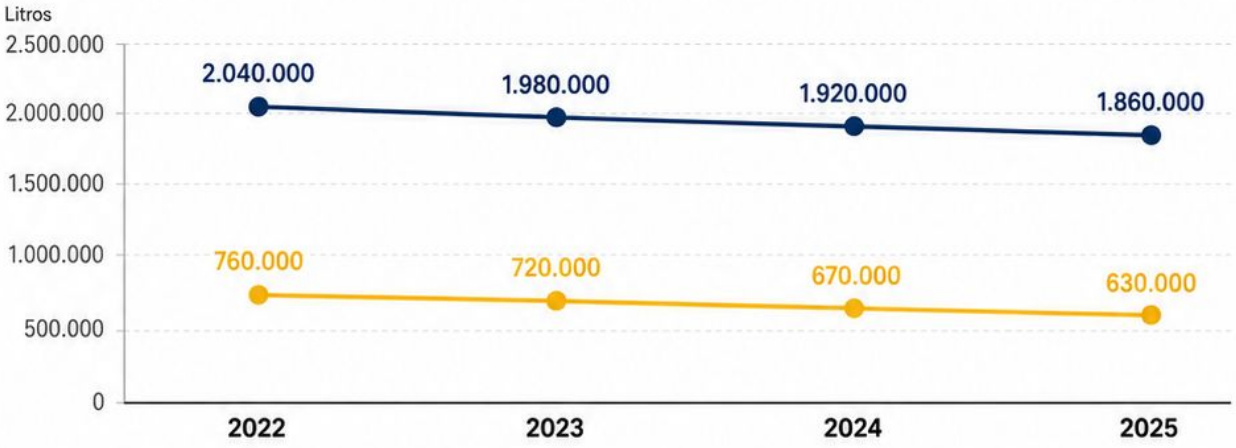
Cerveza per cápita 2025

18,4 litros

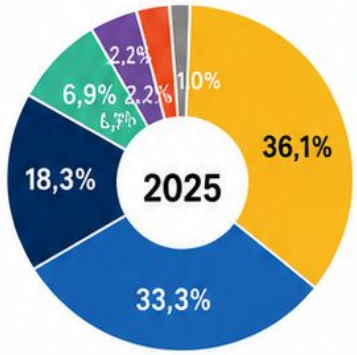
Variación vs 2024

-1,5 litros

Evolución del consumo extrahogar



Cuota de bebidas frías en 2025

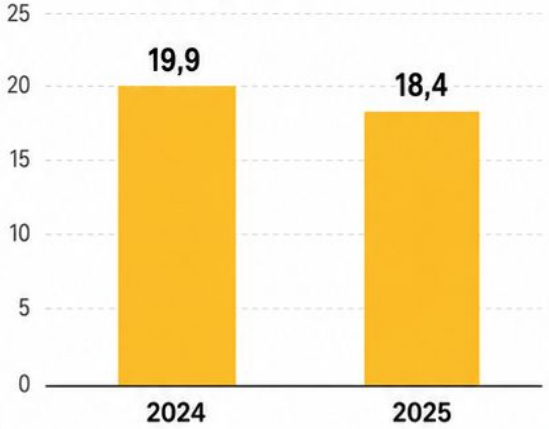


Cerveza	36,1%
Agua envasada	33,3%
Bebidas refrescantes	18,3%
Bebidas de vino	6,9%
Espirituosas	2,2%
Zumo, horchata y mosto	2,1%
Sidra	1,0%

En 2024 la cerveza representó **37,3%**

Consumo per cápita

Litros por individuo



La cerveza pierde peso fuera del hogar

El agua envasada gana presencia

El consumo per cápita sigue bajando

Fuente: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Los datos del Ministerio se refieren solo al consumo fuera del hogar realizado por residentes en España. Esa precisión es la que utiliza la patronal del sector para matizar la lectura de la serie. El director general de Cerveceros de España, Jacobo Olalla, señaló en declaraciones a EFE Agro que ese indicador recoge solo una parte del mercado y no incluye ni el consumo de los turistas que beben cerveza en España ni otros elementos como las exportaciones o la producción total.

Con esa base, Cerveceros de España sostiene que el mercado total de cerveza en España estuvo en 2025 un 2,7% por encima de los niveles de 2022. La organización apoya esa cifra en su informe socioeconómico, elaborado con datos de las propias cerveceras y del Instituto Nacional de Estadística. Olalla considera que esa evolución es positiva en un momento de contención económica y la relaciona, entre otros factores, con la llegada de visitantes extranjeros y con el comportamiento de las ventas al exterior.

La patronal añade otro elemento: desde 2022 España ha sumado alrededor de 1,6 millones de habitantes. A juicio de Olalla, ese aumento ayuda a que el volumen total comercializado por la industria se mantenga en niveles muy parecidos, aunque baje el consumo per cápita en bares, restaurantes y cafeterías.

Esa visión convive con una lectura menos favorable para la hostelería. La propia organización admite que el canal fuera del hogar sigue con dificultades por la menor renta disponible de muchos consumidores y por la extensión de formas de ocio más ligadas a las pantallas y menos a la presencia en locales. La caída del consumo de cerveza fuera de casa encaja con ese cambio de hábitos y con una moderación más amplia en el gasto en bebidas frías.

Parte de la respuesta del sector pasa por la cerveza sin alcohol, una categoría que varias empresas ven con margen para ganar presencia. Cervezas MICA ha llevado esa estrategia al extremo y, según afirma su director general, Juan Cereijo, se ha convertido en la primera empresa española que produce solo cerveza sin alcohol. El directivo vincula esa decisión a una estrategia de impacto social y a la voluntad de ofrecer un producto sin alcohol, sin gluten y bajo en calorías.

Cereijo asegura que esa transición se apoya en una categoría que en España crece a tasas superiores al 4% si se suma el consumo dentro y fuera del hogar. También sostiene que la mitad de las personas que eligen cerveza sin alcohol lo hace por motivos ligados a la conducción, un comportamiento que se concentra sobre todo en el consumo fuera de casa.

El responsable de MICA añade que el 90% de los clientes de esta categoría son consumidores mixtos. Con esa expresión se refiere a personas que no renuncian de forma permanente a la cerveza con alcohol, sino que alternan entre ambas opciones según el momento y la situación. Esa pauta lleva a la empresa a dirigir su oferta no solo a personas abstemias, sino también a consumidores habituales que buscan una alternativa para determinados usos, como una comida, un desplazamiento posterior en coche o una salida entre semana.