vinetur

Más del 70% de los españoles sale de aperitivo el fin de semana

El cambio de hábitos lleva las salidas de la noche al día, con más espacio para brunch y cócteles

viernes 18 de septiembre de 2026



El aperitivo refuerza su peso como plan social de fin de semana en España y gana presencia en los horarios diurnos. De acuerdo con el Informe Socioeconómico 2025 de Espirituosos España, más del 70% de los españoles sale a tomarlo durante el fin de semana. Ese dato coincide con el 11.º Barómetro de Momentos de Consumo de AECOC Shopperview y 40dB, difundido en mayo.

La federación empresarial del sector vincula esa evolución a un cambio en las rutinas de ocio. El 52% de los consumidores dice haber reducido las salidas nocturnas y haberlas trasladado a otros momentos del día. En ese movimiento ganan espacio el aperitivo, el brunch y el afterwork, que pasan a formar parte de hábitos más frecuentes.

Ese desplazamiento horario va acompañado, además, de otra preferencia: una mayor atención a la calidad del producto, el sabor, la presentación y la experiencia asociada. El 46% de los encuestados afirma que prefiere consumir dos bebidas premium antes que otras alternativas, un dato que, para Espirituosos España, refleja una forma de consumo más selectiva.

Este sábado, 19 de septiembre, se celebra el Día del Aperitivo. Con motivo de esa fecha, la patronal sostiene que esta costumbre mantiene su arraigo en la cultura gastronómica española, pero se abre a nuevas fórmulas. Junto a opciones asentadas como el vino y el vermut, la entidad observa más presencia de propuestas de coctelería elaboradas con bebidas espirituosas, entre ellas versiones del spritz y combinaciones más ligeras o afrutadas.

El Barómetro Espirituosos 2025 apunta en la misma dirección. El 51% de los consumidores considera atractivo encontrar copas de calidad y cócteles en planes diurnos como el aperitivo, mientras que el 54% valora especialmente las mezclas con sabores más suaves. La federación interpreta estos datos como una señal de que el aperitivo amplía su oferta sin romper con sus fórmulas tradicionales.

Bosco Torremocha, director ejecutivo de Espirituosos España, afirma que “el aperitivo forma parte de nuestra manera de encontrarnos, compartir y disfrutar de la gastronomía”. A su juicio, la tradición incorpora nuevas propuestas, como la coctelería, que añaden variedad y nuevas experiencias al consumidor “sin perder la esencia de este momento”.

La organización también sitúa esta tendencia en las distintas generaciones adultas. El 29% de los miembros de la Generación Z prevé tomar más bebidas espirituosas y cócteles durante el próximo año. Entre los Millennials, tanto los cócteles como las propuestas ligadas al aperitivo aparecen ya entre las tendencias que recoge su

barómetro.

El cambio tiene una traducción directa en la hostelería. El Informe Socioeconómico 2025 señala que el 70% de las consumiciones de bebidas espirituosas se realiza fuera del hogar y que el canal HORECA concentra el 75,3% del valor del consumo. Espirituosos España vincula ese peso a la función de bares y cafeterías como lugares de encuentro, ahora también más asociados a franjas diurnas que a la noche.

Espirituosos España, creada en 1999, agrupa a productores y distribuidores de bebidas alcohólicas procedentes de la destilación de materias primas agrícolas y afirma representar a casi todo el sector en España. Entre las categorías que cita figuran brandy, whisky, ron, ginebra, licores, aguardientes y orujos.