vinetur

La mayor cervecera del mundo quiere que bebamos cerveza en botellas más pequeñas

La mayor cervecera del mundo prepara formatos menores para adaptarse a unos hábitos cada vez más fragmentados

miércoles 23 de septiembre de 2026



Anheuser-Busch InBev, la mayor cervecera del mundo (Budweiser, Corona, Franziskaner, entre muchas otras), prepara un giro en parte de su oferta con envases más pequeños y nuevas bebidas con más proteína para adaptarse a los cambios en el

consumo, según informó Reuters este martes, 22 de septiembre. La empresa quiere ajustar sus productos a una demanda más centrada en la conveniencia y en una mayor atención por la salud.

La compañía belga trabaja con la idea de ofrecer bebidas en formatos que encajen mejor con los hábitos actuales de compra y consumo. Ese plan incluye presentaciones de menor tamaño y referencias orientadas al interés por la nutrición funcional. Con ello, AB InBev busca ampliar su alcance más allá de la cerveza tradicional y captar a clientes con preferencias distintas a las habituales en esta categoría.

Reuters recoge que la empresa ve en esa vía una forma de llegar a nuevos segmentos del mercado. Sus directivos vinculan este movimiento con unos gustos que cambian con rapidez, sobre todo entre los consumidores jóvenes, que muestran más interés por alternativas a las bebidas alcohólicas clásicas.

La inversión en investigación y desarrollo se dirige, de acuerdo con la compañía, a innovar en sabor, formato e ingredientes con función nutricional. El objetivo es ensanchar la oferta de AB InBev en distintos mercados y dar más peso a productos que combinan consumo ocasional, practicidad y atributos asociados al bienestar.

El paso que da la multinacional encaja con una pauta más amplia del negocio de bebidas. En varios países ganan espacio las raciones más pequeñas, las opciones con menos calorías y los productos con perfiles nutricionales reforzados. En ese escenario, las grandes empresas del sector ajustan su cartera para no depender solo de las referencias clásicas y para abrir nuevas ocasiones de consumo.

Los envases de menor tamaño suelen cumplir varias funciones dentro de esta industria. Facilitan el consumo individual, se adaptan a compras rápidas y permiten un desembolso inicial menor por unidad, un elemento que puede influir cuando parte de los hogares vigila más el gasto. La apuesta por añadir proteína apunta, además, a una categoría que intenta unir sabor, practicidad y una utilidad percibida por el consumidor.

Para el resto del mercado, la decisión de un grupo del tamaño de AB InBev puede acelerar pruebas en formulación, tamaños y empaquetado, tanto en cerveza como en otras bebidas. Si estas propuestas logran atraer a compradores que se han alejado de

las opciones tradicionales, es probable que otros fabricantes refuercen sus proyectos en bebidas funcionales o revisen sus surtidos para adaptarse a esa demanda.

AB InBev no precisó en la información recogida por Reuters qué mercados recibirán primero estas novedades ni el calendario de lanzamiento. Sí dejó claro que quiere impulsar el crecimiento en categorías situadas más allá de la cerveza convencional, con una oferta pensada para hábitos de consumo más fragmentados y para un público que pide formatos y perfiles nutricionales diferentes.