vinetur

La cerveza sin alcohol gana terreno en la cesta de la compra en España

Sus ventas para consumo en casa crecen un 2,7% en volumen frente al retroceso de la cerveza con alcohol

lunes 16 de noviembre de 2026



La cerveza sin alcohol sigue avanzando en las compras para consumo en el hogar en España. Según informó EFE Agro este domingo, 15 de noviembre, a partir de datos de Circana, sus ventas aumentaron un 2,7% en volumen y un 4% en valor con cifras

disponibles hasta octubre de 2026, mientras que la cerveza con alcohol bajó un 1,5% en volumen en la comparación con 2025.

La diferencia entre ambas categorías es de 4,2 puntos porcentuales en volumen. Ese dato refleja una evolución distinta dentro del mismo mercado doméstico: la cerveza sin alcohol gana espacio en la cesta de la compra, al tiempo que la categoría convencional pierde parte del terreno que tenía un año antes.

El avance de la cerveza sin alcohol no solo se aprecia en la cantidad vendida. También sube más en valor que en volumen, con un 4% frente al 2,7%. Aun así, esos datos no permiten separar qué parte del incremento responde a precios y qué parte puede deberse a una mezcla de productos de mayor importe. Circana tampoco ha difundido litros ni importes absolutos, por lo que la comparación queda limitada a variaciones porcentuales.

La bajada de la cerveza con alcohol, por su parte, se ofrece solo en volumen. Con la información disponible no es posible medir su evolución en valor ni calcular cambios absolutos en ventas. Tampoco se puede establecer cuál es el peso exacto de cada categoría dentro del mercado total de cerveza para el hogar.

El alcance del análisis es otro punto relevante. Las cifras se refieren al consumo en casa en el mercado español, de modo que no se pueden trasladar de forma automática a bares, restaurantes o cafeterías. En España, la hostelería tiene un papel central en la venta de cerveza y sus pautas de consumo no siempre coinciden con las de la distribución alimentaria.

La referencia temporal también tiene un límite. Circana sitúa los datos en octubre de 2026 y los compara con 2025, aunque no ha precisado si se trata de un acumulado anual o de doce meses móviles. Esa diferencia metodológica influye en la lectura fina de la serie, sobre todo cuando se intenta valorar si el cambio responde a una tendencia prolongada o a una variación más reciente.

Con ese marco, la lectura que dejan las cifras es clara en un punto: dentro de las compras de los hogares españoles, la cerveza sin alcohol mantiene una trayectoria positiva, mientras la cerveza con alcohol cede volumen. El hecho de que el valor de la

primera avance por encima de la cantidad vendida añade un matiz comercial, pero sin más detalle metodológico no permite ir más allá sobre precios o composición de la demanda.

Para conocer la marcha completa del sector cervecero en España habría que sumar el comportamiento de la hostelería y contar con series más detalladas sobre litros, valor total y periodos de comparación. Con los datos disponibles hasta octubre, la señal en el canal doméstico apunta a una preferencia más favorable para la cerveza sin alcohol que para la convencional.